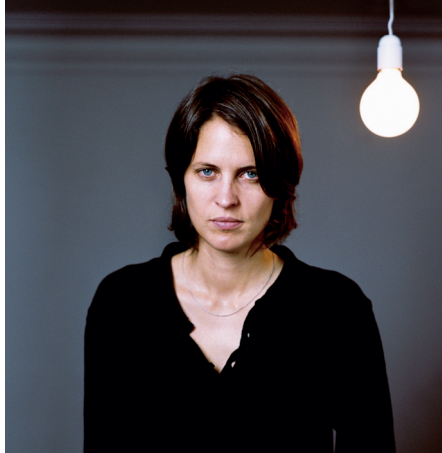


LES MUSIQUES
ÉLECTRONIQUES
EN FRANCE
[ÉTUDE]

LES MUSIQUES
ÉLECTRONIQUES
EN FRANCE
[ÉTUDE]



introduction

6

DÉFINITION
ET HISTORIQUE
ARTISTIQUE,
CULTUREL ET
ÉCONOMIQUE

panorama de l'écosystème

9

PANORAMA
DE L'ÉCOSYSTÈME
DES MUSIQUES
ÉLECTRONIQUES
EN FRANCE

poids économique

35

POIDS
ÉCONOMIQUE
DES MUSIQUES
ÉLECTRONIQUES
EN FRANCE

12
CRÉATION

40
FOCUS FESTIVALS

18
PRODUCTION
& PROMOTION

42
FOCUS CLUBS

20
DISTRIBUTION

22
DIFFUSION

26
ÉDITION

28
ENCADREMENT

32
PUBLICS



enjeux pour le développement



ENJEUX POUR LE DÉVELOPPEMENT DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES

46

LES ARTISTES

49

LES ENJEUX
DE LA GESTION
DES DROITS

56

LES CLUBS

58

LES FESTIVALS

60

LA PÉRENNISATION
DES STRUCTURES
CULTURELLES

conclusion



annexe



GROUPE DE TRAVAIL

67

REMERCIEMENTS

CADRE, CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Après 30 ans d'existence, il est apparu important de dresser un panorama à date de ce que représente le secteur des musiques électroniques en France, tant sur un plan économique que culturel. Pour cela, cent cinquante acteurs de ce milieu ont été interviewés et un recensement des données accessibles a été effectué, afin d'en agréger des masses économiques significatives, pour dégager le poids que représente ce secteur souvent fantasmé, et en définir les comportements principaux.

Le périmètre de ce premier exercice en fait cependant plus une étude qualitative qu'un audit quantitatif. Elle est un premier jalon, dans cette entreprise de mesurer précisément les apports spécifiques d'un mouvement culturel fort, parfois trop peu documenté en tant que réalité économique. À cette fin, l'étude se devait de s'élever au-dessus des courants esthétiques et de n'oublier aucun aspect des cultures électroniques, en les traitant tous avec une attention et un respect égal.

Pour garantir la pertinence des démarches, Olivier Pellerin et Benjamin Braun ont été épaulés par les équipes de la Sacem et par un comité composé de personnalités variées et compétentes du monde des musiques électroniques.

Ce groupe de travail a maintenu tout au long des recherches une émulation intellectuelle et une exigence, tant sur la méthode que sur le contenu, qui se sont avérées très productives.

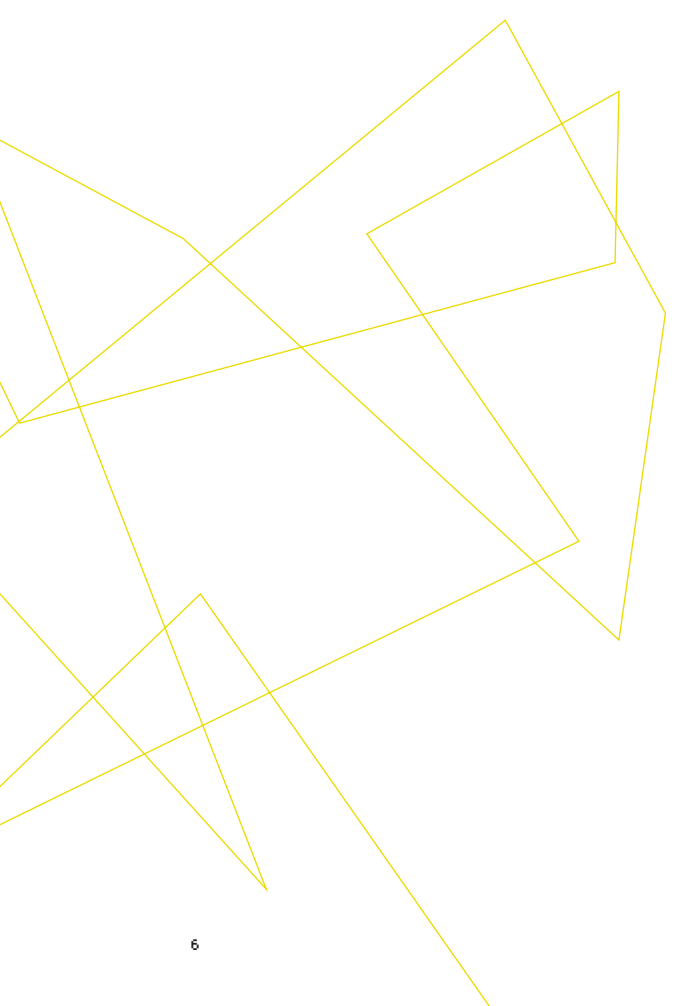
BENJAMIN BRAUN

Consultant indépendant, il intervient régulièrement dans les secteurs des médias et de la culture. Depuis plus de dix ans, il accompagne également des entreprises et des institutions de secteurs variés, pour les aider à faire face aux défis et aux nouvelles opportunités offertes par le numérique.

OLIVIER PELLERIN

Diplômé en Administration et Gestion de la Musique en 2000, il débute professionnellement dans le jazz, le hip-hop et l'électro en tant qu'attaché de presse indépendant, et fonde le label de jazz et de rock Chief Inspector. En 2008, il s'occupe des relations presse de la Cité de la musique et de la Salle Pleyel, avant d'intégrer Radio France en 2010, à la programmation et à la production d'émissions musicales pour France Inter et Le Mouv' (Alternatives, Addictions, Laura Leishman Project, etc.). De 2015 à 2016 il rejoint la cellule innovation de Radio France, où il développe les applications musicales du son 3D/binaural. Il se concentre désormais sur ses activités de rédacteur et de journaliste free-lance, qui l'amènent depuis plusieurs années à écrire sur la musique et le monde de la nuit.

DÉFINITION ET HISTORIQUE ARTISTIQUE, CULTUREL ET ÉCONOMIQUE JUSQU'À LA SITUATION DES ANNÉES 2010



Les musiques électroniques, souvent rassemblées sous le diminutif valise d'*electro*, représentent aujourd'hui une tendance artistique forte, pour ne pas dire dominante, la dernière à s'être imposée à la culture moderne, après le hip-hop ou le rock. Elles englobent de nombreux genres et d'innombrables sous-genres, tant d'un point de vue stylistique que de marché, dont les appellations évoluent de surcroît avec les générations qui se les approprient. Ainsi, la *techno minimale*, qui fit les choux gras des années 2000, a désormais muté en *micro house*, chez de jeunes aficionados qui n'étaient pas encore en âge de fouler les dancefloors au début du siècle. De même, le *hard step* est-il le descendant de la *drum & bass*, qui elle-même était déjà une mue de la *jungle* ?

Loin de vouloir concilier puristes et prosélytes, encore moins de dresser le tableau périodique des musiques électroniques, cette étude entend au contraire les embrasser toutes dans leur diversité, des plus spécialisées aux plus fédératrices, des plus « underground » aux plus commerciales. Elle adresse toutes les musiques électroniques, dans la mesure

où toutes participent d'une dynamique de création artistique et de richesses, dont il est nécessaire de mesurer les impacts et la répartition des revenus.

Pour définir le champ d'analyse, il faut considérer que toutes les musiques soumises à des traitements électroniques non comme simple procédé, mais comme centre à la fois du processus et de la finalité créative, sont considérées comme des musiques électroniques. Si elles sont fortement liées aux technologies qui les façonnent (hardware et software), elles n'excluent pour autant pas l'utilisation d'instruments (puisque aujourd'hui, à la suite du hip-hop, les musiques électroniques peuvent se jouer sur un instrumentarium traditionnel). Leur composition et leur exécution évoluent cependant selon des constructions qui peuvent briser les carcans du traditionnel couplet – refrain – couplet et faire fi des durées des chansons traditionnelles. Elles peuvent de surcroît s'enchaîner et se remixer à satiété, leurs caractéristiques tenant au moins autant dans les sonorités et dans les rythmiques mises en œuvre que dans les mélodies ou les textes.

Cette définition, bien que générale, permet d'éviter un écueil : aujourd'hui l'électronique a investi toute la création musicale, du rock au hip-hop en passant par la variété. L'électronique comme simple effet stylistique est exclu de cette étude afin de ne retenir que les musiques qui en font leur essence même. Qu'elles soient techno, house ou dance, elles sont toutes peu ou prou nées sur le terreau d'expérimentations technologiques issues des travaux français du GRM (Groupe de Recherches Musicales) de Pierre Schaeffer à la fin des années 50, qui ont fini par imprégner les musiques populaires de part et d'autre de l'Atlantique, que ce soit à Düsseldorf avec Kraftwerk dès les années 70 ou à Détroit avec Underground Resistance dans les années 80. Le reste de l'histoire est désormais d'autant mieux documenté que le règne des musiques électroniques est définitivement consacré.

Pour planter brièvement le décor français, tout débute pour la techno avec l'arrivée des raves et de l'acid house en provenance d'Angleterre et de Belgique à la fin des années 80. Ce mouvement hédoniste très localisé fédère vite une communauté d'activistes, dans laquelle s'engouffrent d'ex-punks et qui côtoie aussi les débuts du hip-hop. Quelques organisateurs, magasins de disques et les radios Nova et FG fédèrent le mouvement. En 1997, FG organise un défilé techno qui préfigurera la Techno Parade créée par Jack Lang en 1998, reprise par l'association Technopol qui l'organise toujours. Même si les raves sont stigmatisées, la culture techno a définitivement pris racines à Paris et voit naître des soirées, des labels, des lieux et des médias qui en assureront la pérennité jusqu'à aujourd'hui. Des soirées Wake Up de Laurent Garnier entre 1992 et 1994 au Rex Club à sa première Victoire de la Musique catégorie « Musique Électronique ou Dance » en 1998, du magasin Rough Trade où officiaient Arnaud Rebotini et Ivan Smagghe, aussi pilier du Pulp avec Chloé et Jennifer Cardini, qui donnera naissance au label Kill The DJ, une communauté qui essaimera jusqu'à Daft Punk et David Guetta, aura permis l'explosion actuelle d'une jeune génération décomplexée, même si celle-ci n'est pas forcément consciente de ce que sa fougue doit à l'activisme des aînés, par ailleurs toujours bien présents.

C'est à l'écosystème complexe résultant de ce quart de siècle d'évolution que sera apporté un éclairage à même d'en révéler les structures, les pratiques, des ordres de grandeur ainsi que ses principales problématiques et enjeux à venir.

1. PANORAMA DE L'ÉCOSYSTÈME DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES EN FRANCE

Ces dernières années, la multiplication des festivals de musiques électroniques a été le révélateur d'une croissance de cet écosystème culturel qu'il convenait d'adresser au-delà de la simple intuition.

L'AVÈNEMENT DES FESTIVALS DE MUSIQUE ÉLECTRONIQUE

Les pionniers français du genre, à savoir Nuits Sonores à Lyon, Astropolis à Brest, Nordik Impact à Caen ou le N.A.M.E Festival à Lille sont rejoints en 2013 par Paris qui se dote de deux festivals de musiques électroniques, le Weather Festival organisé par l'agence Surprize et le Peacock Society par l'agence We Love Art. L'éclosion d'autres scènes locales, à Nantes, Bordeaux, et en région PACA, consacre le rattrapage d'un certain retard de l'hexagone sur la scène électronique, là où la plupart de ses acteurs s'accordent à déplorer une relative traversée du désert au début des années 2000. Les festivals français encourageant la mobilité des publics de toutes les régions, voire d'Europe, c'est tout un marché des musiques électroniques dont on constate l'explosion sur l'ensemble du territoire national. L'éclosion de nouveaux festivals, soirées, clubs, collectifs et artistes s'est accélérée depuis quelques années.

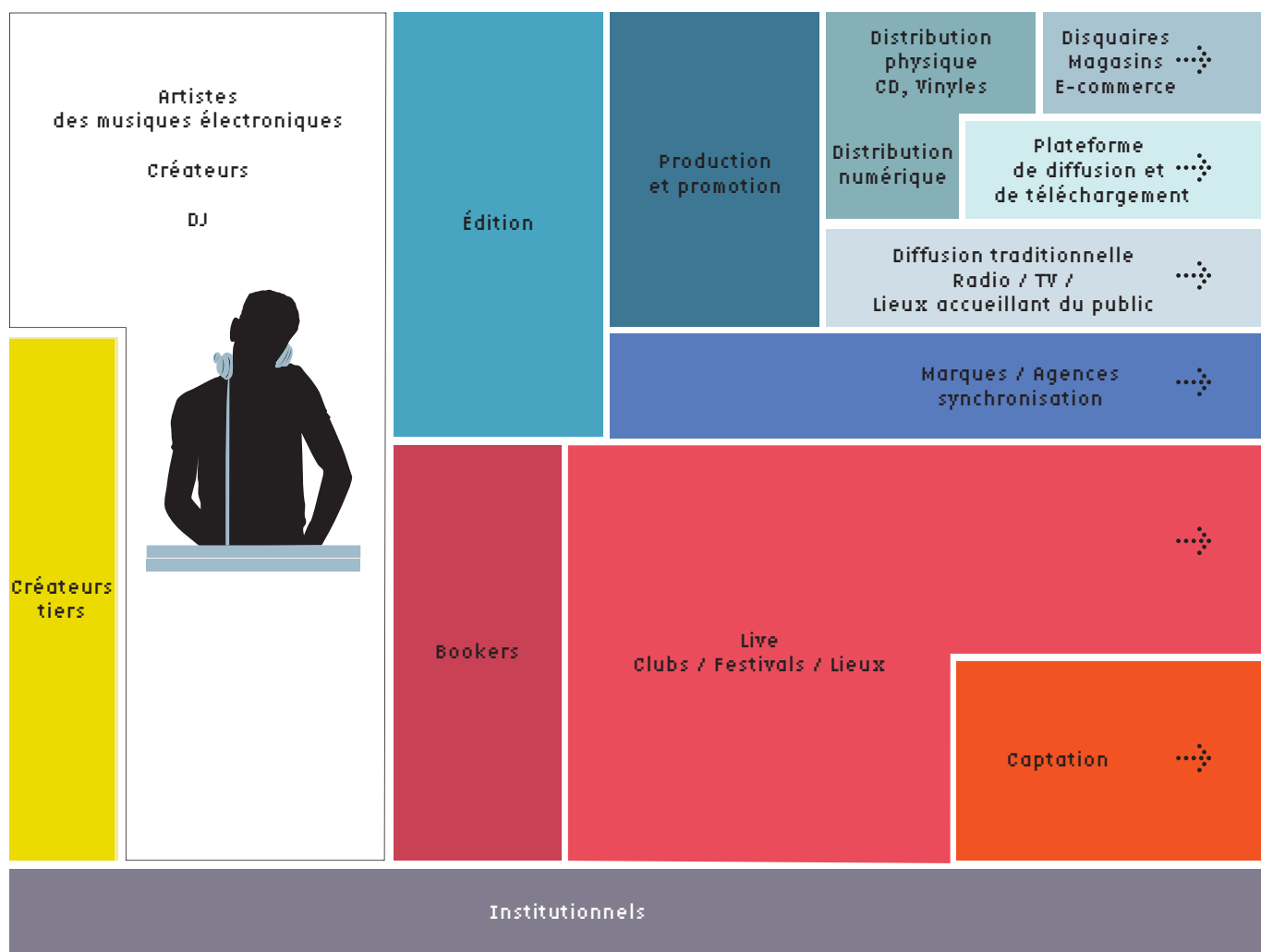
Nombreux s'inscrivent dans une démarche créative à l'identité marquée, dont les affinités esthétiques fédèrent des scènes et surtout, des publics.

DES ACTEURS JEUNES ET CONNECTÉS

Ces nouveaux arrivants, tous très jeunes, maîtrisent les nouvelles technologies qui modifient autant les modes de création et de production musicale (le home studio) que la manière de diffuser et d'avoir accès aux œuvres ainsi produites (plateformes et réseaux sociaux). **Ce sont des digital natives qui créent pour les digital natives.** Loin d'être ignorants des générations qui les ont précédés, ils font preuve d'une capacité à s'instruire décuplée par la faculté qu'a internet de rendre une information pléthorique disponible instantanément en tout point. Se crée ainsi une acculturation fertile qui bouleverse sans cesse l'écosystème des musiques électroniques, rendant ses lignes de démarcation en perpétuel mouvement.



L'ÉCOSYSTÈME DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES EN FRANCE : DU PRODUCTEUR NUMÉRIQUE AU CONSOMMATEUR D'EXPÉRIENCES *LIVE*.



UN ÉCOSYSTÈME EN RENOUVELLEMENT CONTINU

La multiplication des acteurs sur un marché en progression, tant en ce qui concerne la production que la diffusion ou la consommation, modifie les comportements et les pratiques autour de différents segments. Pour schématiser avant d'entrer davantage dans l'analyse, on peut distinguer d'une part un segment du marché qui parvient à monétiser la diffusion en progression d'œuvres de **dance music** sur les canaux traditionnels (radio, télé, boîtes de nuits), mais est peu présent en live ; d'autre part un segment constitué des musiques **techno/house**, dont les artistes se produisent beaucoup en live, mais dont la diffusion des œuvres sur les canaux traditionnels est quasi nulle, au profit d'une diffusion peu rémunératrice sur internet, dont la vocation essentielle est la communication. Ainsi, les acteurs des musiques électroniques se répartissent sur un éventail varié de structuration et de pratiques, qui définissent des problématiques et des stratégies diverses et plus ou moins compatibles.

Publics

Gestion droits d'auteur
et droits voisins

1.1 CRÉATION

LES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES MÉLANGENT CRÉATION PROPRE ET UTILISATION D'ŒUVRES DE CRÉATEURS TIERS.

Les musiques électroniques sont peut-être celles qui, à la suite d'une ère initiée par le hip-hop et son recours systématique au « sampling », empruntent le plus aux œuvres de tiers pour en créer de nouvelles.

Les producteurs de musiques électroniques font preuve d'une culture musicale de plus en plus développée, écoutent énormément de musique de toutes époques, exhument sons et références des étagères de la bibliothèque musicale mondiale, qui réside désormais à la portée de quelques clics sur internet.

Ainsi, la création devient polymorphe, mêlant production personnelle, emprunts et transformation. Aux côtés des banques de *samples*, la matière vient donc aussi de ses pairs, dont l'artiste de musiques électroniques peut remixer les morceaux, les associer sous forme de *mash-up*, les sampler, etc... L'exemple du remix de "Prayer in C" de Lilly Wood & The Prick par le DJ allemand Robin Schulz en est révélateur. Ce dernier a remixé le morceau, à sa propre initiative, en a tiré un succès retentissant, qui a amené le groupe à contracter avec lui, pour entériner une situation gagnant-gagnant pour les deux parties.

LE TERME DJ ABRITE DES RÉALITÉS DIFFÉRENTES.

Les différentes modalités de productions impliquent aussi indirectement diverses manières d'aborder la prestation live. Certains DJ viennent à la scène par le mix alors que d'autres sont des compositeurs qui se produisent en live par nécessité, celle de diffuser leurs œuvres et de bénéficier des revenus de leurs prestations, là où ceux de la vente des disques s'amenuisent.

Quoi qu'il en soit, le nombre de DJ est en augmentation, conformément au succès des musiques électroniques, ainsi qu'à la facilité de les jouer et de les produire, accrue par la démocratisation des technologies. La plateforme de téléchargement Beatport, en se basant sur le nombre de DJ qui lui achètent des morceaux, estime par exemple qu'on compte environ 10 millions de DJ dans le monde !

On peut distinguer deux grandes catégories de DJ. D'un côté, un animateur qui sélectionne et enchaîne des morceaux avec talent au sein d'une boîte de nuit, dont il est la plupart du temps résident salarié. De l'autre, l'artiste de musiques électroniques qui crée de la musique, en live ou non, parfois basée sur des œuvres existantes, et qui peut proposer un éventail de dispositifs variés sur scène (interprétation de ses œuvres, remixes d'œuvres de tiers, combinaison de disques). Ce dernier exerce la plupart du temps son art dans différents clubs ou festivals, qui l'engagent directement ou via son booker, et qui le rémunèrent sur facture ou au cachet selon son statut.

Typologie des artistes de musiques électroniques

On distingue deux notions, celle de producteur et celle de DJ. Un producteur peut évidemment être DJ. Il peut alors jouer ses productions et celles d'artistes tiers. De même, un DJ peut aussi être producteur et produire pour renforcer sa notoriété et donc multiplier ses engagements. De manière générale, au début de sa carrière, l'artiste de musiques électroniques tend à revêtir les deux casquettes pour multiplier les sources de revenus. Selon l'évolution de son parcours, il peut choisir de conserver l'intégralité de ses activités artistiques (production et scène) ou de se concentrer sur celle qui lui convient le mieux. Il peut ne faire que produire, pour lui et/ou pour d'autres, en laissant les médias et autres artistes jouer ses productions. À l'inverse, il peut se concentrer uniquement sur le live, allant jusqu'à faire produire ses propres morceaux par d'autres (on parle de «ghosts producers», parfois réunis lors de «production camps» pour créer les tubes les plus efficaces possibles). Selon les genres musicaux et les débouchés escomptés, l'artiste peut combiner les différents profils dans des proportions qui lui sont propres.



“BEDROOM” PRODUCER

Passionné de musique, il s'approprie (parfois très jeune) les logiciels de MAO (Musique Assistée par Ordinateur) et compose dans sa chambre (d'où *bedroom*) des morceaux qu'il poste sur les plateformes et réseaux sociaux dans l'espoir d'un succès viral qui peut être fulgurant, à l'instar de Petit Biscuit ou Kungs. Le cas échéant, il peut envisager signer un contrat d'édition, trouver un label et ainsi développer sa carrière. La question du live se pose également, car c'est ce qui va permettre de donner une plus grande visibilité à sa musique et surtout produire les meilleures opportunités de revenus.



DJ TECHNO CONFIRMÉ

Il est en contrat avec un «booker» qui lui assure des sets dans le monde entier les vendredis et samedis de chaque semaine, voire plus. La majorité de ses revenus provient de son activité live (en clubs, en festivals, lors d'événements privés pour des marques). Il est constamment sur les routes et doit apprendre à composer de la nouvelle musique lors de ses déplacements, dans les transports ou les chambres d'hôtels. Ses compositions s'étendent jusqu'aux musiques de films ou à la sonorisation de défilés de mode.



ARTISTE EN DÉVELOPPEMENT

Il a commencé à passer de la musique dans des fêtes privées ou des bars. Sa connaissance et sa technique grandissant, parfois proche d'un collectif, le nombre de ses sets se multiplie au point qu'il commence à envisager de pouvoir en vivre, ne serait-ce que partiellement. Alors qu'il ne touchait à ses débuts qu'un peu d'argent au noir, ou était payé en boissons, il est désormais en contact avec un «booker» qui lui propose d'adopter le statut d'intermittent pour pouvoir le rémunérer sur les dates qu'il lui trouvera. La question de la production se pose à lui, car elle va lui permettre de définitivement imposer sa marque de fabrique, ce sera sa carte de visite artistique qui multipliera ses opportunités d'engagement.



STAR INTERNATIONALE

Il a réussi à imposer son style et sa musique, qui ont trouvé leur public via la diffusion de ses morceaux et/ou albums sur les médias grand public. Il enchaîne plusieurs centaines de dates par an à un rythme effréné dans le monde entier. Il a été sollicité par d'autres artistes pour remixer leurs morceaux et inversement. Plus que des remixes, il produit même désormais la musique d'autres artistes, via son éditeur ou son label, quand ce n'est pas une équipe de producteurs qui le fait pour lui (*ghosts producers*). Il peut aussi réaliser des musiques à l'image (campagnes publicitaires, bandes originales de films, musique pour des événements privés).

CHLOÉ



Nom	Chloé
Profession	artiste
Label	Kill The DJ



♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes du monde des musiques électroniques en France ces dernières années ?

La musique électronique s'est démocratisée, elle a explosé et touche tout le monde. Les nouvelles générations se la réapproprient. Il y a tellement de nouvelles soirées, avec une forme d'exigence chez les jeunes organisateurs, que ça ressemble aux débuts. Bien sûr il y a aussi une starification et la récupération EDM par les majors, mais en même temps c'est inversé d'un autre côté avec des soirées dont on connaît le nom des collectifs mais pas des DJ. Il y a plus une recherche d'hédonisme.

♦ Quels sont les enjeux de demain ?

On n'aurait pas pu imaginer cette explosion à l'époque. Il était difficile de trouver des lieux, avec des spécificités très françaises de réglementation. Il y a aujourd'hui plein de lieux insolites mais il faudrait simplifier les formalités pour organiser des soirées.

♦ La prépondérance du live et d'internet a-t-elle définitivement changé la manière de produire la musique ?

Internet oui, mais aussi l'évolution des technologies. Avant, acheter du matériel coûtait cher et demandait d'être un peu geek ou de passer par une école de son pour apprendre. Aujourd'hui on trouve des tutoriels sur internet et les logiciels sont devenus intuitifs, intégrant même leurs propres leçons. C'est un grand changement dans la transmission du savoir technologique, même si c'est à double tranchant car il faut savoir faire le tri parmi tant d'informations.

♦ Bénéficiez-vous de suffisamment de temps pour produire de la musique ?

Je peux créer un morceau en peu de temps, le laisser, y revenir. J'ai fait des morceaux dans des avions, les voyages donnent des idées. Il n'y a pas vraiment de règles. Je ne sais pas si je serais productive en restant tout le temps en studio. La contrainte de temps peut être une bonne chose. Mais c'est parfois dur de passer de la tournée à la vie chez soi.

♦ Comment protégez-vous vos œuvres ?

À mes débuts, je ne déposais pas mes œuvres. puis je l'ai fait. Je suis productrice, je fais des musiques de films, j'en tire donc des revenus, parmi lesquels le streaming commence à se faire une place. En tant qu'artiste, je suis attentive aux plateformes qui reversent les droits. En ce qui concerne les titres joués, souvent on joue des morceaux qui ne sont pas terminés, de DJ qui ne les ont même pas encore déposés, on fait des edits spéciaux pour nos DJ sets. Il y a un vrai désir de se réapproprier la musique, de proposer quelque chose d' inédit : c'est la valeur ajoutée du DJ electro. Il faudrait trouver un modèle entre DJ et spectacle vivant, entre morceaux identifiés et création.



CASSIUS

ZDAR

Nom
Profession
Label

Cassius: Zdar & Boom Bass
Artistes / Producteurs
Ed Banger

♦ Comment voyez-vous l'évolution récente des musiques électroniques en France ?

Il y a beaucoup plus de soirées : c'est un mouvement qui se développe en étant tiré vers le haut. L'EDM est certainement le plus gros business musical sur terre, mais il y a de la place pour tout. La musique électronique est devenue la pop musique d'aujourd'hui.

♦ Quels conseils donneriez-vous aux jeunes artistes ?

Chaque artiste est trop particulier pour que l'on puisse donner des conseils généralistes. Mais il faut être opiniâtre, y croire et beaucoup s'entraîner pour durer. Il faut faire attention à la manière dont on souhaite gagner de l'argent : faire trop de DJ sets, c'est gâcher ! Il faut garder la tête froide et rester productif artistiquement. Les dates sont chronophages, on a vu des DJ prometteurs s'y perdre et disparaître. Ils sont apparus avec 2 ou 3 morceaux, puis se sont mis à beaucoup tourner et on n'a plus entendu parler d'eux. Être sur la route tous les week-ends, c'est fatigant et il est difficile de récupérer efficacement pour bien travailler le reste de la semaine. Avec Cassius, nous n'avons jamais accepté plus de 4 gigs (dates de concert, NDLR) par mois, depuis le début.

♦ La jeune génération vous semble-t-elle mieux professionnalisée que ce que vous l'étiez au même âge ?

Internet a libéré quelque chose. Nous avons appris sur le tas, nous étions de petits jeunes. Puis j'ai eu une licence d'agent et nous avons monté Absolut Management avec Anne Clavierie en 1990. Aujourd'hui certainement que l'évolution de la scène donne plus d'outils, mais cela reste toujours une histoire d'envie et de rencontres.

ORGANISATION DES ARTISTES EN COLLECTIFS

Les DJ et les artistes de musiques électroniques se fédèrent de plus en plus sous forme de collectifs, qui créent une émulation créative sans précédent sur la scène actuelle. L'intérêt de se regrouper ainsi, au-delà de la stimulation artistique, réside aussi dans la possibilité de mutualiser les moyens de production et de promotion, dans la plus grande surface de visibilité qui en découle, ainsi que dans la force de frappe supérieure qui permet de créer soirées et événements réguliers et de fédérer des publics plus larges.



LES COLLECTIFS FRANÇAIS LES PLUS EN VUE



1.2 PRODUCTION & PROMOTION

LA PRODUCTION SE RÉINVENTE AU GRÉ DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

La croissance des musiques électroniques aujourd'hui s'est faite par l'addition aux générations pionnières de *digital natives* : le numérique a définitivement transformé la chaîne de production/promotion/distribution/diffusion et a donné du pouvoir au créateur.

Les jeunes créateurs d'aujourd'hui ont accès à des logiciels et du matériel qui leur permet de donner vie à leurs idées artistiques n'importe où, de leur chambre (le **home studio**, voire **bedroom studio**) à un wagon de train ou un siège d'avion. Ils peuvent créer très vite et à bas prix des morceaux aboutis, sans avoir besoin de recourir à des studios coûteux et sans contrainte de temps.

Si ce mode de création n'est pas réellement nouveau, même s'il s'est encore fluidifié ces dernières années, **la manière de diffuser la musique a drastiquement changé**. La révolution numérique, qui a engendré de très complexes problématiques pour l'industrie de la musique enregistrée, a aussi provoqué la diminution du nombre d'intermédiaires dans la chaîne de distribution de la musique. Désormais, une fois son morceau abouti, l'artiste peut directement le rendre disponible à ses auditeurs sur les réseaux sociaux

et les plateformes de distribution en ligne. Et cela influe sur le rythme et le format de la production et de la promotion. Il s'agit de s'adapter aux nouveaux usages internet et d'alimenter le flux d'information. L'album est progressivement remplacé par la publication régulière de nouveaux titres.

Pour une part significative des artistes de musiques électroniques, la production de musique enregistrée et sa diffusion est **d'abord un outil de promotion**, pour soutenir une carrière axée sur le live. Les artistes « postent » leurs morceaux eux-mêmes instantanément, et les envoient également à d'autres artistes. C'est une matière première que les autres DJ pourront diffuser ou remixer. Le remix se fait en général sur la base d'un accord négocié de gré à gré qui implique un tarif fixe. Mais bien souvent, il se fait aussi sous la simple forme d'un échange de bons procédés, entre deux artistes qui se remixent l'un l'autre, par affinités artistiques ainsi que pour mettre en commun leurs publics respectifs.

Certains artistes de musiques électroniques se structurent en **labels autonomes**. La réduction des intermédiaires dans la chaîne de production et la polyvalence nouvelle qu'elle requiert chez les artistes les pousse souvent à eux-mêmes créer leurs propres structures, autant pour en maîtriser les directions artistiques et stratégiques, que pour multiplier les sources de revenus, regroupant la production, la promotion et l'édition de leurs œuvres et de leurs prestations. De manière générale, on constate un **très net progrès de la professionnalisation des acteurs** au cours de la dernière décennie.

PRODUCTEUR INFINÉ : ALEXANDRE CAZAC & YANNICK MATRAY

<u>Nom</u>	Alexandre Cazac & Yannick Matray
<u>Profession</u>	Producteur / Éditeur
<u>Société</u>	inFiné
<u>Booking</u>	Dif
<u>Artistes</u>	Rone, Vanessa Wagner, Murcof, Clara Moto, Gordon, Arandel, Cubenx, Danton Eeprom...
<u>Date de création</u>	28/12/2005
<u>Nombre d'employés</u>	1 salarié + 3 prestataires de service + 1 stagiaire



♦ Comment un label de musiques électroniques fait-il aujourd'hui face à la baisse des ventes ?

C'est très compliqué. Le modèle est en mouvement depuis 15 ans. Pour InFiné, le label est une vitrine qui permet de développer chaque album comme un écosystème, qui allie la production, l'audiovisuel, les dates, les éditions... Notre engagement auprès des artistes est aussi important en tant que producteur qu'en tant qu'éditeur. Nous accordons aussi beaucoup d'importance au développement à l'international.

♦ Un label peut-il encore développer seul la carrière d'un jeune artiste dans la durée ?

On y arrive depuis 10 ans avec nos artistes, notamment grâce aux subventions. Si on prend l'exemple de Bachar Mar-Khalifé, on l'a soutenu dès son 1^{er} album passé inaperçu, le 2nd a attiré l'attention, jusqu'au 3^e qui obtient une reconnaissance méritée. C'est un engagement, un combat au quotidien. Nous sommes fiers d'avoir réussi à garder quasi tous nos artistes, d'avoir rendu leurs projets disponibles au plus grand nombre. C'est un réel savoir-faire, comparable à celui de l'édition littéraire.

♦ Quel est l'apport d'un producteur ?

Il n'est pas assez reconnu. On parle beaucoup des tuyaux, Netflix, Spotify ou Deezer, mais tout cela fonctionne car on produit du contenu. Rone aurait-il quitté ses études de cinéma si on ne l'avait pas encouragé vers la musique ? Cela nécessite une vision, des motivations. Nous sommes fiers d'avoir stimulé les projets d'Aufgang, de Bachar Mar-Khalifé, de Pedro Soler & Gaspard Claus et même le retour de Bernard Szajner. Aujourd'hui, nous croisons plusieurs générations d'artistes de 22 à 76 ans, des pays, des personnalités... Avec notre festival "workshop InFiné", nous avons accueilli artistes et spectateurs, au-delà du cercle du label. Dans les années 50, la France savait accueillir les jazzmen noir-américains. Aujourd'hui nous avons perdu cette faculté d'accueil, qui est primordiale. Il faudrait des politiques culturelles ambitieuses, capables de susciter de la création, en partenariat avec les monuments historiques, les scènes nationales... nous avons les outils pour mener à bien ces ambitions.

♦ Quels sont les enjeux de demain ?

Daft Punk a finalement changé beaucoup de choses : de plus en plus de petits artistes français s'exportent. L'international est un réel enjeu car la musique électronique est celle qui s'exporte. Il nécessite de s'entourer des partenaires pertinents. Grâce à Idol, notre distributeur numérique, et au label Warp, avec qui nous avons des accords, nous réussissons à adresser chaque territoire spécifiquement. La question de l'innovation est cruciale : nous devrions faire partie de la French Tech, associer la musique aux nouvelles technologies et bénéficier de la vigueur des start-up françaises. Avec notre nouvelle structure DIF, nous proposons de l'ingénierie dans le *branding* culturel, c'est une piste d'avenir.

1.3 DISTRIBUTION

À la suite de l'ère iTunes, les **plateformes de streaming** ont pris une place prépondérante pour la distribution de musique enregistrée, notamment pour les musiques électroniques indépendantes, aux premiers rangs desquelles trônent Youtube et Soundcloud, puis Apple Music, Spotify et Deezer pour les artistes plus grand public.

Le streaming est ainsi en train de dépasser le téléchargement en termes de création de valeur dans l'économie numérique de la musique. Il crée une embellie dans une industrie qui y voit une évolution de son modèle sur laquelle peut-être enfin bâtie une sortie du marasme qu'elle traverse depuis... l'apparition du téléchargement et du piratage qui en a été le corollaire. Il reste cependant beaucoup à faire pour que le modèle soit pérenne et génère des niveaux de revenus suffisants, à même de garantir la poursuite de la création.

D'ores et déjà, le **placement en playlists** des morceaux sur les plateformes de streaming (exemple Spotify Fresh Finds) est devenu le nerf de la guerre et a remplacé chez les labels la promotion auprès des médias traditionnels. À économie numérique, pratiques numériques : c'est au bon positionnement dans les playlists clés qu'un titre devra son succès. Et, à terme, les œuvres à venir et la carrière de l'artiste, qui doit aussi assurer l'animation et la croissance de son auditoire sur les réseaux sociaux.

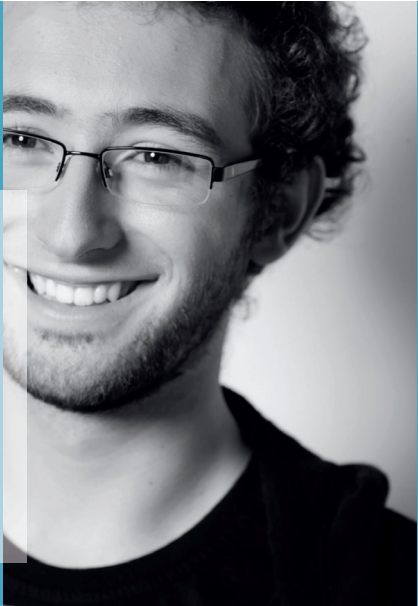
Les stratégies de développement se construisent dans la durée entre artistes, labels et distributeurs, dont les rôles se sont équilibrés dans une collaboration égalitaire, plus horizontale que la structure verticale en cours par le passé dans les maisons de disques.

Dans ce contexte, la distribution physique se résume à des **pressages limités de vinyles** (entre quelques centaines et quelques milliers) pour les musiques techno/house, qui parviennent ainsi à adresser un public captif de passionnés et de DJ.

Le relatif retour en grâce du vinyle permet d'entretenir un écosystème fragile de magasins spécialisés. Même si les disquaires sont plus nombreux qu'il y a 15 ans, leur modèle est très fragile. Les vinyles sont chers (maxis entre 10€ et 15€ en moyenne, LP entre 25€ et 40€ en moyenne) et de surcroît longs à produire, puisque les usines de pressages n'ont pas encore renouvelé un parc de production qui était longtemps resté sous-exploité. Le regain actuel se fait donc beaucoup au profit des grosses productions des majors qui ressortent leurs classiques pour un public nouveau, désireux d'équiper des platines flambant neuves au détriment des petits labels dont les délais d'attente s'allongent.

Vendre des vinyles est donc bien souvent très peu rentable pour des labels indépendants de musique électronique. Cela reste un produit d'appel symbolique, une carte de visite pour exister en live.

La dance music plus commerciale continue à réaliser un chiffre d'affaires significatif sur la musique enregistrée pour des artistes bénéficiant d'un gros *airplay* sur les radios et télévisions commerciales, mais selon une évolution négative conforme à celle que connaît le reste de l'industrie phonographique depuis 15 ans.



<u>Nom</u>	Edouard Taieb
<u>Profession</u>	Manager / Agent
<u>Société</u>	Unity Group
<u>Booking</u>	Michael Calfan / Klingande Kungs / Clement BCX Broken Back / Addal
<u>Date de création</u>	2011
<u>Nombre d'employés</u>	6
<u>Autres activités</u>	Publishing

MANAGER

UNITY GROUP: EDOUARD TAIEB

♦ Quelles évolutions avez-vous constatées récemment dans le monde des musiques électroniques en France ?

Nous n'exerçons cette activité que depuis 5 ans, et les clubs bookent aujourd'hui beaucoup plus d'artistes internationaux qu'à nos débuts. Les festivals de musique électronique se développent sur une logique économique: un DJ avec une clé usb qui peut jouer toute une soirée, coûte moins cher qu'un groupe complet. De plus, les DJ font aujourd'hui rêver, la musique électronique fascine. La conséquence est l'augmentation du prix des DJ, qui a été multiplié par 5 ou 6 en 5 ans.

♦ Quelle est votre vision de la nouvelle scène française ?

En France, ce qu'on appelle l'underground se développe beaucoup, notamment la techno. L'EDM est plus destinée à la province, où les clubs jouent des sons durs qu'on n'entendra pas dans les grandes villes, où écouter de la techno est associé à un côté cool. Dans les petites villes, on vient en boîte pour se défouler. En France on n'est ni underground ni commercial, mais justement entre les deux, avec des artistes comme Synapson ou The Avenir.

♦ Quels sont les enjeux de demain selon vous ?

Cette évolution positive va se poursuivre. Elle dépend des décisions des bookers, qui vendent parfois leurs artistes trop cher. Il faut se rappeler qu'il s'agit de musique et pas seulement de business. Nous vivons les 30 glorieuses de l'electro, qui ont commencé il y a 10 ans avec Daft Punk. On en a encore pour 20 ans. Les modes de consommation changent. l'electro est le 2^e genre streamé sur Spotify, les gens aiment ça. Aujourd'hui on peut vite faire de la musique sur son ordinateur, même la pop est faite sur ordinateur. Ça rentre donc dans l'esprit des gens : la musique électronique entre partout et tout est musique électronique !

1.4 DIFFUSION

La diffusion des musiques électroniques se fait de **deux manières extrêmement différenciées** selon la séparation schématique établie entre dance music et techno/house.

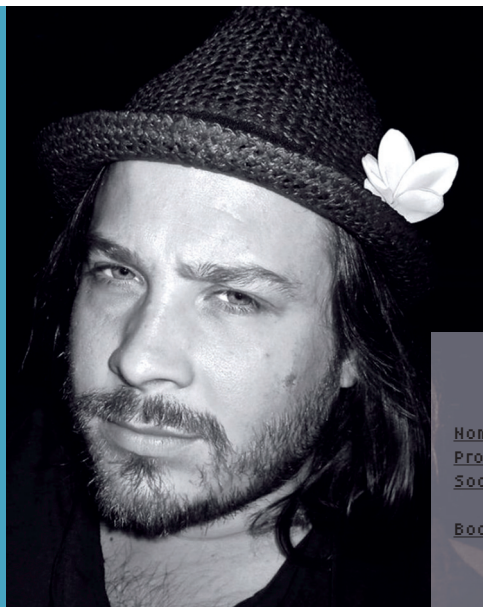
La première, la *dance music*, truste l'intégralité des diffusions *on air* en médias et clubs (radio, télé, boîtes de nuit), mais est peu présente en live. Les secondes, *techno/house* au sens large, alimentent fortement la programmation live des clubs et festivals, mais sont exclues des formats traditionnels *on air* des médias.

Les médias qui couvrent les musiques électroniques sont peu nombreux : quelques magazines spécialisés (aux premiers rangs desquels Trax, Tsugi ou DJ Mag), quelques radios (dont FG, les radios commerciales pour la dance music : NRJ ou Fun Radio, et des émissions spécialisées sur les réseaux campus et Féarock) et quelques passages télé uniquement pour les tubes de la dance music. Conformément à la nature des cultures électroniques, c'est sur Internet que l'on trouve le plus de médias traitant de leur diversité, dont le site de référence Resident Advisor (qui établit annuellement des classements de DJ et de clubs internationaux), les sites des magazines spécialisés Trax, Tsugi et DJ Mag, auxquels s'ajoutent ceux des marques actives dans les musiques électroniques : Red Bull Music Academy, Villa Schweppes, etc.

Ainsi, alors que la dance music rémunère ses auteurs sur les revenus de ses diffusions médias et de la vente des œuvres, le **live** représente souvent la source majoritaire de revenus des artistes techno/house. Son fonctionnement, contrairement aux modes de production facilités par les progrès technologiques, n'a pas changé. L'artiste doit toujours développer sa notoriété pour obtenir des engagements dans des clubs ou festivals, dans lesquels il doit se rendre pour jouer face à son public.

Les frais sont à la charge de son organisation (à ses frais s'il n'est pas représenté, à ceux de son booker s'il en a un, qui les répercute sur le cachet qu'il a négocié pour lui).

Ces dernières années ont vu la multiplication des **festivals de musiques électroniques** stricto sensu, qu'on peut dénombrer en 2016 à une soixantaine. À ceux-là s'ajoutent les festivals de musiques actuelles qui ont inclus à leur programmation des nuits électroniques à part entière ou qui ont étendu leur amplitude horaire pour laisser les fins de soirées à des artistes de musiques électroniques.



X

Nom	Aurélien Dubois
Profession	Président
Société	Surprise (Concrete, Weather Festival)
Booking	Antigone, Behzad & Amarou, Ben Vedren, Cabanne, François X, Shlamo, etc.

ENTREPRENEUR SURPRISE AURÉLIEN DUBOIS

♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes du monde des musiques électroniques en France ces dernières années ?

Les élus et les administrations du corps de l'État regardent les musiques électroniques comme une vraie culture, ce qui améliore les relations et offre la possibilité aux acteurs de cette culture de s'aventurer dans des projets plus audacieux et maîtrisés.

♦ Quels sont les enjeux de demain ?

Être toujours à l'écoute de notre public et savoir anticiper ses envies. Nous réfléchissons à proposer des amplitudes horaires plus longues, pour permettre à nos artistes de s'exprimer plus longtemps sur nos scènes et offrir ainsi au public une immersion en profondeur avec l'artiste.

♦ Comment un club peut-il fidéliser sa clientèle sur une fréquence hebdomadaire ?

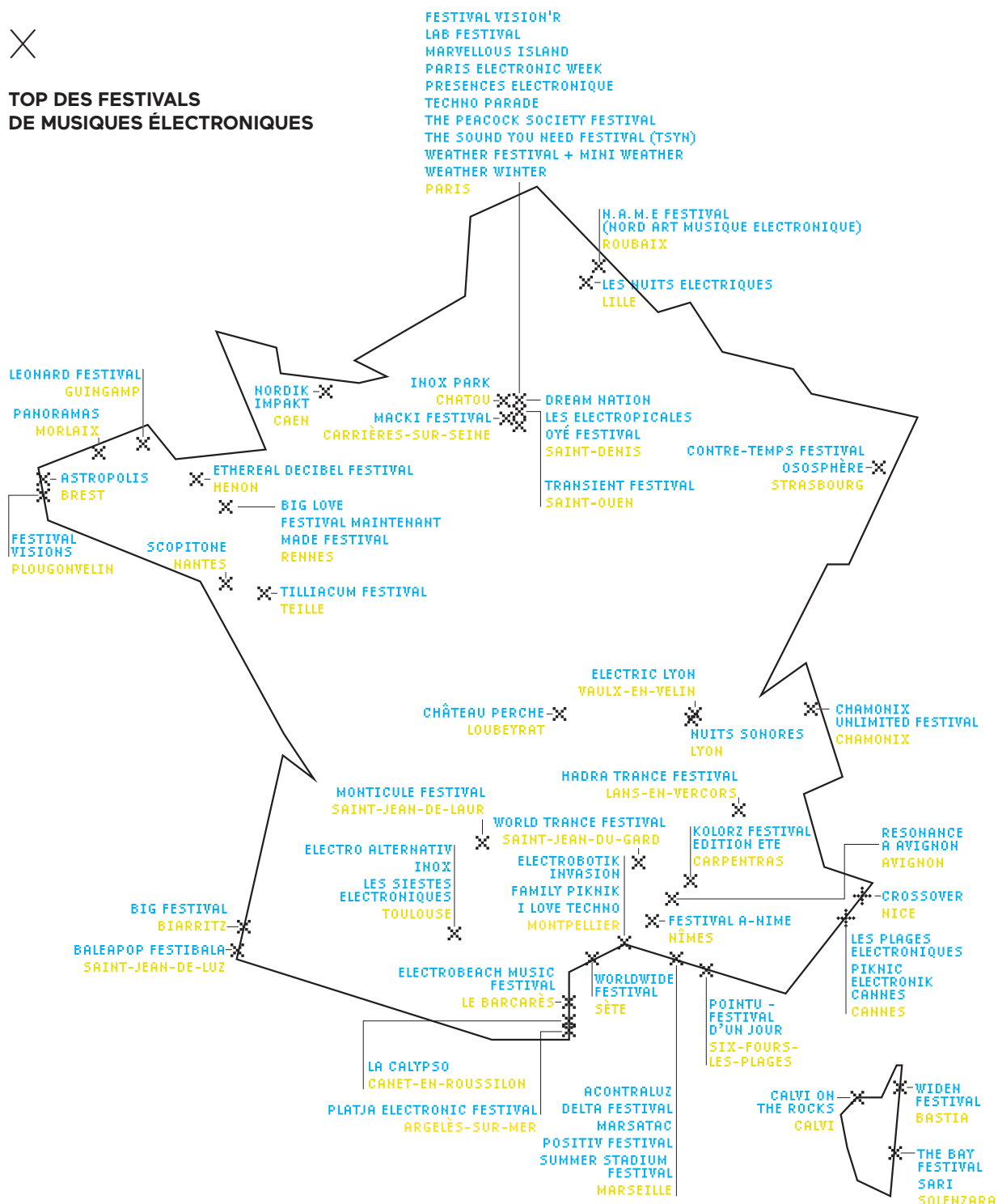
Il faut être en capacité de proposer le meilleur dans la diversité artistique pour notre public. Cela implique une remise en question permanente, la recherche de nouveaux talents, et de proposer une offre capable d'évoluer avec les humeurs de notre public. Nous sommes chaque jour dans la réflexion.

♦ Vous regroupez plusieurs activités. Cela signifie-t-il que l'activité d'un club seule ne se suffit plus aujourd'hui ?

Pas du tout, c'est mon appétence à créer des projets. J'aime la diversité dans mes activités. Cette diversité est une nécessité en tant qu'entrepreneur dans le spectacle vivant. La demande des publics varie à une vitesse telle, qu'il faut avoir plusieurs projets différents à offrir.



TOP DES FESTIVALS DE MUSIQUES ÉLECTRONIQUES



L'exigence accrue que l'offre supérieure d'événements confère aux publics, contraint les programmeurs à une excellence sans cesse sujette à examen. La demande de nouveauté est permanente et l'absence de renouvellement pénalisante. Festivals et clubs vont donc avoir besoin d'une diversité et d'un renouvellement poussés des artistes programmés.

Pour autant, si l'épouvantail d'un éclatement de ce qui pourrait être une bulle techno est agité depuis plusieurs années sans que ses prémisses n'aient pour l'instant été constatées, il faut prendre garde à une uniformisation des programmations et des événements, à l'heure où la culture électronique atteint en France sa maturité commerciale, avec certainement quelque retard sur ses voisins allemands ou anglais, qui en avaient dès les débuts embrassé le potentiel commercial.

Dans ce contexte, de plus en plus nombreux sont les clubs et festivals qui se distinguent désormais des discothèques classiques, par un travail de programmation spécifique. Ils accueillent chaque fin de semaine, du jeudi ou vendredi jusqu'au samedi, des artistes différents chaque soir et réunis par plateaux artistiques aux styles distincts. Ils sont autant français qu'internationaux, mobilisent des publics spécifiques et jouent des DJ sets ou des sets en live (machines, claviers, etc.) qui nécessitent préparation et répétitions. Ils jouissent d'un véritable statut de créateurs et leurs prestations relèvent du spectacle vivant. Ils exigent par conséquent des cachets en proportion de leur renommée, qui peuvent atteindre plusieurs milliers d'euros en clubs et jusqu'à 20 000 ou 30 000 euros en festivals pour les têtes d'affiche. Ce qui entérine une forte croissance des cachets des artistes de musiques électroniques sur ces 5 dernières années, rançon du succès de cette croissance. Ce qui n'est pas sans fragiliser les modèles économiques de ces lieux et événements.

1.5 ÉDITION

Une ressource non négligeable peut venir compenser le manque à gagner dû à l'absence de diffusion de nombreuses musiques électroniques hormis la dance music. Il s'agit de l'exploitation des **musiques à l'image**. L'éditeur joue un rôle central pour faire vivre les œuvres fixées (synchronisation) et pour accéder à des demandes de composition de musiques à l'image dans un contexte de croissance de la demande.

Le métier de l'édition dans les musiques électroniques repose en grande partie sur la **synchronisation** et la composition de musiques à l'image. L'avènement de la culture internet a accru la production de vidéos, notamment publicitaires, et les besoins de musiques pour les accompagner. Si les musiques électroniques peuvent souvent être considérées comme clivantes pour de grosses campagnes télévisées, elles sont en revanche bien mieux accueillies sur les campagnes web.

Beaucoup de musiciens tirent donc des revenus réguliers d'habillages de campagnes publicitaires web, dont les revenus vont de quelques centaines à quelques milliers d'euros, avec les droits de diffusion qui les accompagnent.

Il existe aussi un travail de développement du catalogue de l'artiste par son éditeur, en lui trouvant des collaborations, en proposant à d'autres artistes de sampler sa musique ou de la remixer. Le remixer est un arrangeur. Il négocie un tarif sur le master du remix ainsi qu'une part éditoriale. L'éditeur ne touche pas sur la partie master, qui relève du producteur et de l'artiste seuls, mais prend ses parts d'édition sur la partie éditoriale.

L'artiste ou son label peuvent avoir intérêt à travailler avec un éditeur qui saura valoriser son catalogue, pour au final partager des revenus d'éditions supérieurs à ce qu'ils auraient été en gardant toutes les éditions pour soi, mais sans les compétences ou le réseau pour en optimiser les revenus. Cependant, depuis les années 2000, les labels tentent d'obtenir les éditions des productions de leurs artistes, pour compenser les pertes de revenus dues à la diminution des ventes.

De manière plus générale, comme pour les autres genres musicaux, l'éditeur est donc là pour développer la carrière de son artiste. Les revenus d'éditions qu'il engrange peuvent lui permettre d'aider son artiste à acquérir du matériel de production, à bénéficier d'un studio, à investir dans la promotion... Il s'agit de faire en sorte que le projet artistique arrive à maturité et circule en amont, sur un marché plus concurrentiel qu'auparavant et exigeant davantage des projets qu'ils aient fait leurs preuves avant de les consacrer.

ÉDITEUR ETENDARD MANAGEMENT : CHRISTIAN DE ROSNAY



Nom

Profession

Société

Éditions

Christian de Rosnay

Éditeur / Manager

Etendard Management

Breakbot, Dj Pone, Justice, Kavinsky, Sefyu, The Shoes, Uppermost, Woodkid, etc.

♦ Quelles sont les spécificités des musiques électroniques en termes d'éditions ?

Un fort potentiel à l'export (les morceaux sont souvent instrumentaux ou chantés en anglais), un genre musical de plus en plus synchronisé (par des marques surtout), ce qui constitue une alternative aux radios en matière d'exposition auprès du public. Mais la collecte des droits d'auteur sur des synchronisations publicitaires s'avère être souvent un chemin de croix, a fortiori à l'étranger.

♦ La synchronisation et la musique à l'image peuvent-elles pallier la baisse des ventes ?

Tout à fait, la synchronisation d'une œuvre musicale avec une œuvre audiovisuelle est génératrice de revenus pour les ayants droit de l'œuvre musicale. Elle constitue par ailleurs un moyen supplémentaire de donner de l'exposition à l'œuvre et peut même avoir un effet de levier sur les ventes de supports phonographiques.

♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes du monde des musiques électroniques en France ces 3 dernières années ?

Les marques semblent avoir « digéré » les musiques électroniques et s'associent de plus en plus souvent à cette sphère. On assiste globalement depuis 3 ans à une baisse des revenus de synchronisation (les marques jouant notamment sur la chance d'exposer une œuvre qui ne l'est pas et recourant de plus en plus fréquemment à des œuvres de commande – et non à des œuvres du commerce – pour dans certains cas en être le producteur et/ou l'éditeur). On ne peut que constater la baisse des ventes de supports physiques ou dématérialisés au profit du streaming, ainsi que le retour du vinyle (sûrement en raison d'usages de consommation qui conduisent le public à revenir à un objet jugé plus généreux).

1.6 ENCADREMENT

En comparaison du climat sulfureux dont étaient affublées les musiques électroniques à l'arrivée des raves au début des années 90, l'environnement politico-culturel les accueille désormais avec beaucoup plus de bienveillance. La professionnalisation croissante de tous les acteurs de ce milieu lors de la dernière décennie, ainsi que la reconnaissance progressive de la valeur artistique de ces musiques, leur ont permis de nouer des relations beaucoup plus apaisées avec les collectivités locales et les autorités, même si des disparités locales persistent.

De même, les institutions se sont mises au diapason de l'explosion des cultures électroniques en adaptant, bien que récemment, les dispositifs juridiques et culturels qui les encadrent (intermittence accordée au DJ, baisse de la TVA sur les clubs, etc.). Elles tendent aujourd'hui à **encourager et accompagner** le développement des musiques électroniques, prenant en compte l'animation qu'elles apportent sur leurs territoires et surtout la forte demande des publics à leur égard. Évidemment, les situations sont disparates selon le niveau de connaissance local. Si Paris fait figure d'exception, avec une situation paradoxale, combinant une densité de population record et les problèmes de nuisances exacerbés qui l'accompagnent, avec l'activité débordante d'une capitale qui multiplie les événements (soirées, clubs, festivals...), d'autres métropoles françaises ne sont pas en reste : Lyon, Nantes, Bordeaux, Brest, Strasbourg, etc. La situation hors agglomération demande parfois plus de dialogue, pour réussir l'implantation de festivals sur des sites naturels ou atypiques.

On ne peut que constater la multiplication des collectifs, structures et événements à la démarche culturelle activiste dans les musiques électroniques sur le territoire, qui répondent au besoin contemporain des publics de vivre des expériences dont ils sont aussi acteurs. Au-delà des activités ayant pignon sur rue, il faut aussi prendre en compte de fortes pratiques amateurs, qui se structurent aussi.

PRATIQUES AMATEURS ET FREE PARTY

L'association Freeform, centre de ressources et de responsabilisation de ces pratiques, recense 4000 fêtes organisées par an en France. Elles répondent à un besoin de liberté qui s'exprime en dehors des structures telles que les clubs ou festivals. En 2001, l'amendement Mariani encadra les free parties, en obligeant leur déclaration préalable, alors que leur impopularité les conduisait systématiquement à l'annulation. Si la situation a aujourd'hui évolué dans un dialogue constructif incluant plusieurs ministères et les collectivités, là aussi des disparités régionales influent sur les possibilités d'organisation.

D'un point de vue ministériel, si la Techno Parade est un succès d'envergure culturelle nationale, nombre d'acteurs considèrent que le ministère de la Culture n'est lui pas encore un interlocuteur qui a pris la juste mesure des cultures électroniques.

DES VŒUX D'ACCOMPAGNEMENT ÉMIS PAR LE SECTEUR

Beaucoup d'intervenants des musiques électroniques émettent le souhait d'un **dispositif de soutien** aux artistes, via la mise en place de fonds de soutien dont les modalités de financement et de fonctionnement restent à définir. Même s'ils n'ont pas forcément connaissance d'aides à la création déjà existantes, ils appellent de leurs vœux des aides potentielles aux petits disquaires, labels ou artistes, sur des problématiques de loyer, de matériel, de tour support, etc.

Aides aux projets

Il existe plusieurs dispositifs d'aides consultables sur le site monprojetmusique.fr qui regroupe l'ensemble des dispositifs de soutien de la filière musicale et culturelle. À la Sacem, par exemple, le soutien passe par ses programmes d'aides accessibles sur le site Aide aux Projets (<https://aide-aux-projets.sacem.fr>), et par ceux cofinancés avec l'ensemble de la filière (le FCM ou le Bureau Export). Sur ses 6 principaux programmes d'aides ^[1] dans le domaine des musiques actuelles, les plus importants sont le soutien à la pré-production pour les éditeurs (plus de 50 projets soutenus) et le soutien aux festivals (plus d'une quinzaine ayant une programmation exclusivement "musiques électroniques").

Deux exemples d'événements soutenus :

- **French beat**, lancé en 2013, a pour objectif de promouvoir la scène électronique française auprès de publics internationaux et de favoriser les échanges entre la France, l'Europe et l'Amérique du Nord. En partenariat avec le Cosmopolis à Lisbonne, le MEG (Montreal Electronic Groove) et le MaMA à Paris, The French Beat permet ainsi chaque année à 3 jeunes créateurs de se produire sur ces trois scènes, contribuant ainsi à leur développement de carrière et à la circulation des talents.
- **French Wave**, la 1^{re} expérience transmedia internationale de la musique électronique française, mixant les générations et proposant : une plateforme web, des documentaires TV, une web série et des soirées de concerts internationaux. Ce projet bénéficie des partenariats de la Sacem, du Bureau Export, de l'Institut Français et d'Unifrance.

Sur l'année 2015, les soutiens de la Sacem au répertoire des musiques électroniques ont représenté un total de 255 000 euros, soit près de 7% de son engagement en direction des musiques actuelles.

[1] Aide à la pré-production (Éditeurs), Aide à l'autoproduction, Accompagnement de carrière, Aide aux salles et lieux de diffusion, Aide à la production scénique, Aide aux festivals.

Statut de l'artiste et dispositifs par Technopol

<u>Nom</u>	Tommy Vaudecrane
<u>Profession</u>	Président
<u>Société</u>	Technopol - Techno Parade
<u>Activités</u>	Défense, reconnaissance et promotion des musiques électroniques
<u>Date de création</u>	1996
<u>Nombre d'employés</u>	3



DÉFINITION DE L'ARTISTE DJ ET VJ

(pour ce dernier, uniquement
dans la CCNEAC)

Les seules définitions que
l'on trouve sont dans les deux
Conventions Collectives
principales qui régissent le
secteur du spectacle vivant :
Convention Collective Nationale
des Entreprises Artistiques
et Culturelles (CCNEAC)
+ Convention Collective
Nationale des Entreprises
du Secteur Privé du Spectacle
Vivant (CCNESPSV).

« Il ou elle utilise les techniques
du mixage, scratching, sampling,
à partir de musiques,
d'instruments, de sons ou
de voix enregistrés déjà existant
ou produits en direct, pour
interpréter sur scène une œuvre
originale. »

« Le VJ interprète une œuvre
dramatique, chorégraphique ou
musicale. Il utilise les techniques
de captation, de diffusion, de
traitement de l'image, et du son
lié à l'image, en direct, à partir
d'images et/ou de vidéogrammes
déjà existants, créés ou non
spécifiquement pour l'œuvre
et/ou d'images, et de sons liés
à l'image, produits en direct. »

Les deux définitions s'inscrivent
dans la liste des artistes
interprètes. Par conséquent,
DJ et VJ sont aujourd'hui
considérés comme des artistes
interprètes.

ARTISTE DJ ET VJ = ARTISTES INTERPRÈTES : CONSÉQUENCES

Présomption de salariat, article L.7121-3 du Code du Travail. Par conséquent, un artiste DJ ou VJ qui se produit sur scène, moyennant une rémunération, est présumé salarié. L'organisateur qui l'emploie doit donc faire DUE + contrat de travail + bulletin de paie + déclarations et paiements de cotisations sociales.

Exceptions pour éviter la présomption de salariat : entrepreneur (individuel ou Société) ayant une licence d'entrepreneur de spectacles n°2. Un artiste DJ ou VJ, constitué en entreprise individuelle ou en Société, peut facturer directement un organisateur. Cependant, cette structure juridique doit avoir la licence 2 d'entrepreneur de spectacles ou, si moins de six représentations par an, faire une Déclaration de Spectacle Occasionnel à la DRAC pour chaque date jouée.

NB : depuis peu, Pôle Emploi reconnaît le statut d'artiste DJ ou artiste VJ ; par conséquent, au moment de la déclaration sociale auprès de leurs services, le métier d'artiste DJ/VJ est identifié. Cela implique donc qu'un artiste DJ/VJ, qui souhaite vivre pleinement de ses rémunérations salariales directement en lien avec son activité artistique, peut tout à fait le faire sous l'intitulé « artiste DJ/VJ », et donc prétendre au régime d'assurance chômage légiféré par l'annexe 10 de la Convention Unédic (intermittence).

DJ ANIMATEUR : UN AUTRE STATUT QUI NE TOMBE PAS DANS LA PRÉSUMPTION DE SALARIAT

Il existe des DJ qui font de l'animation de soirées privées ou qui exercent leur activité au sein de discothèques sans programmation artistique spécifique. Ces personnes ne sont pas considérées comme artistes interprètes mais davantage comme DJ animateurs. D'un point de vue social, ils relèveront donc du régime général et peuvent être salariés comme n'importe quel autre métier. Ils peuvent aussi tout à fait facturer via leur structure individuelle ou Société, sans pour autant avoir l'obligation d'être titulaire d'une licence d'entrepreneur de spectacles.

La frontière entre artiste DJ et DJ animateur est parfois difficile à identifier. C'est la qualité juridique de la structure dans laquelle la personne se produit qui sera, en partie, déterminante : si c'est une structure qui a une ou des licences d'entrepreneur de spectacle, on partira du principe que c'est un artiste DJ ; si la structure n'a rien, que c'est un DJ animateur. On regardera aussi si la communication autour de l'événement se fait autour du nom du DJ ou simplement autour d'un concept : si c'est autour du nom du DJ, on considèrera que c'est un artiste DJ ; si c'est autour du concept, que c'est un DJ animateur.

1.7 PUBLICS

Les publics des musiques électroniques **sont très jeunes et experts**, grâce à une large culture construite en ligne. Aucun morceau n'échappe à leur vigilance et la pratique dite du « track ID » s'est généralisée. Elle consiste à filmer avec son téléphone le moment où est joué un morceau apprécié mais non reconnu, puis à le poster sur les réseaux sociaux en demandant l'aide de la communauté pour l'identifier. Le groupe Facebook « Weather Festival Music », qui rassemble plus de 30 000 membres, est l'épicentre de cette pratique.

Cette propension à l'érudition n'empêchepas les nouveaux consommateurs de privilégier **l'expérience**. Si une belle programmation est une condition nécessaire, elle n'est pas suffisante. Les 4 années qui viennent de passer ont rassasié un jeune public qui ne réalise pas que des programmations telles que celles du Weather festival, de Nuits Sonores, de Concrete ou du Rex Club peuvent concentrer plus d'artistes français et internationaux qu'il n'en était programmés en un an au même endroit la décennie précédente. Le jeune consommateur retient simplement qu'il peut voir ses artistes préférés jusqu'à plusieurs fois par an dans la même ville, et privilégie donc le contexte et le prix comme critères de choix au sein d'une offre concurrentielle.

L'objectif est de passer un moment qui varie d'une soirée de quelques heures jusqu'à parfois plus de 24h, dans un ou plusieurs endroits qui proposent des artistes de choix, mais aussi une ambiance conviviale et dépayssante. La localisation dans des lieux si possible inédits, la scénographie, les activités annexes (restauration, détente, jeux, etc.), la thématisation des soirées, ainsi que les

services rendus (transports, hébergement, solutions de paiement cashless, etc.), sont de plus en plus valorisés.

Ce sont sur ces critères que le jeune public va choisir de dépenser une somme non négligeable dans une place pour une soirée, voire dans un pass pour plusieurs jours ou pour la totalité d'un festival. Or, selon l'événement et la durée choisis, il peut lui en coûter entre 30€ et plus de 100€. Son budget est donc principalement accaparé par le prix d'entrée. Il ne lui reste en général plus beaucoup à dépenser en bar, restauration ou merchandising. Les jeunes spectateurs consomment souvent de l'alcool bon marché avant de se rendre en club ou en festival, dépensant peu sur place, faute de moyens.

L'économie des lieux qui accueillent ces publics et subissent une forte pression sur leurs prix s'en trouve donc fragilisée. Les festivals français sont parmi ceux dont le ticket d'entrée est le moins cher en Europe. Ceci tient notamment à l'héritage de politiques culturelles qui se sont toujours attachées à rendre accessible la culture au plus grand nombre. Si les publics peuvent s'en réjouir, les festivals doivent composer avec cette contrainte. Car si les subventions sont moindres dans les modèles de financement des musiques électroniques, ces dernières n'en sont pas moins en concurrence avec le reste de l'offre de loisirs, surtout à l'heure de l'élargissement de ses publics à une base plus populaire. Le site Beatport estime ainsi, à partir des clients des festivals appartenant à sa société mère SFX, à 350 millions le nombre de fans potentiels de musiques électroniques dans le monde.

Nom Michel Pilot
Profession Secrétaire général
Société Surprise (Concrete / Weather)



CONSEILLER CULTUREL MICHEL PILOT

♦ **Quel regard portez-vous sur le chemin parcouru par la scène électronique en France de ses débuts à aujourd'hui ?**
 La plus belle victoire pour les musiques électroniques depuis ses débuts à aujourd'hui, est d'avoir su résister à tous les oiseaux de mauvais augure, qui ont trop souvent tourné autour d'elle. Je l'exprime depuis toujours et je n'ai pas changé d'avis, les deux créations culturelles musicales majeures du 20ème siècle sont le Jazz et l'Electro.

♦ **Existe-t-il à votre sens des similitudes entre l'ébullition actuelle et les débuts des années 90 ?**
 La culture Electro dispose dans son cercle d'un nombre important de personnes qui ont participé à sa création. Certaines de ces personnes ont à cœur aujourd'hui de transmettre cette culture aux jeunes générations. Cette transmission crée le désir chez eux d'en savoir plus et de vivre ce que nous avons vécu. Ce qui explique peut-être cet engouement pour les musiques électroniques en ce début de 21^e Siècle.

♦ **Estimez-vous que les musiques électroniques ont aujourd'hui trouvé leur juste place dans la société française ?**
 Je ne sais pas ce que veut dire avoir trouvé sa place. Toutes les cultures ont leur place dans nos sociétés. Elles sont le berceau de notre civilisation. L'Electro est une composante culturelle de notre société. Elle existe et participe aux rêves indispensables à tout être humain.

♦ **Quels sont à votre sens les principaux enjeux à venir ?**
 Le plus important est que cette culture sache conserver les valeurs qui sont les siennes. Le Jazz a su, en son temps, exprimer des messages forts pour dénoncer la misère du peuple noir. Que la musique Electro transmette à travers tous ses acteurs un message puissant, pour que notre monde aille dans le bon sens avant qu'il ne soit trop tard.

2. POIDS ÉCONOMIQUE DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES EN FRANCE

Pour évaluer le poids des musiques électroniques en France, une approche additive a été adoptée, qui consiste à agréger tous les éléments constitutifs du marché de la distribution et de la diffusion des musiques électroniques, afin d'en dégager un contour économique.

Sans atténuer la force et la richesse des données rassemblées, il faut souligner en remarque liminaire les limites de l'exercice. Sur certains éléments, il a fallu procéder par le recoupement de différentes sources (études, entretiens, etc.) et par approximation, tout en nous assurant de la cohérence des chiffres obtenus.

Une autre difficulté rencontrée pour mesurer le poids économique, est de délimiter avec netteté les musiques électroniques étudiées. Comme pour le reste de l'étude, la focale a été réglée sur les musiques soumises à des traitements électroniques comme centre à la fois du processus et de la finalité créative.

Enfin, la 1^{re} édition d'une étude, par définition, empêche les comparaisons avec des éditions précédentes. L'analyse a été fixée sur le terrain le plus récent possible en s'appuyant sur des données 2015 sauf mention spécifique.

MESURE DU POIDS ÉCONOMIQUE

L'analyse a été concentrée sur les principaux blocs économiques de l'écosystème présenté dans la première partie de l'étude.

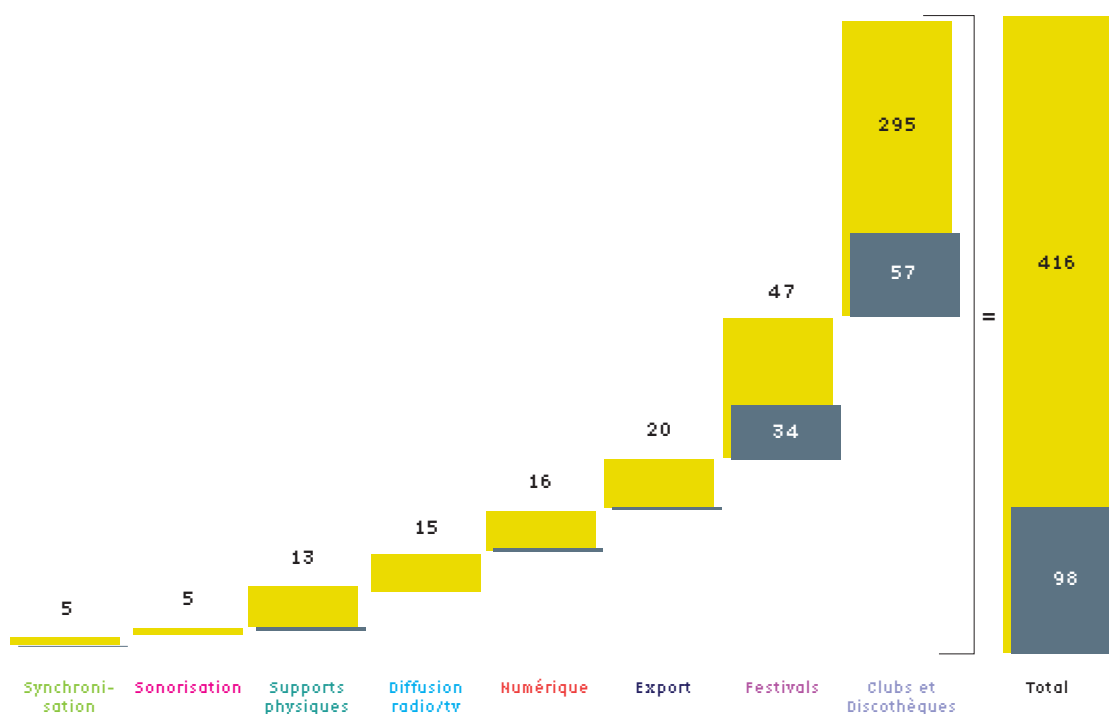
Pour chacun de ces blocs, le poids économique des musiques électroniques a été évalué puis un sous-ensemble techno/house a été distingué.

Les musiques électroniques portées par le live



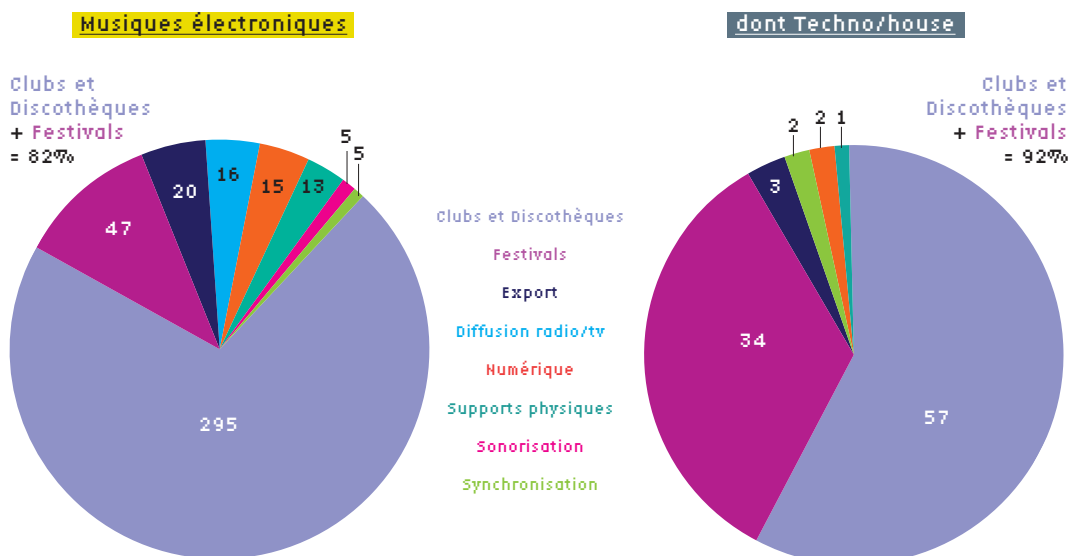
POIDS ÉCONOMIQUE EN FRANCE [EN MILLIONS D'EUROS HT]

◆ Musiques électroniques ◆ Techno/house





VENTILATION DU POIDS ÉCONOMIQUE [EN MILLIONS D'EUROS HT]



Les musiques électroniques en France pèsent 416 millions d'euros HT. 71% (295 millions d'euros) proviennent du chiffre d'affaires des clubs et discothèques et **11%** (47 millions d'euros) du chiffre d'affaires des festivals. Ces deux blocs représentent à eux seuls **82%** du poids économique.

5% (20 millions d'euros) proviennent de l'export de ces musiques, **4%** (16 millions d'euros) de la distribution numérique sur les plateformes de streaming et de téléchargement, **4%** (15 millions d'euros) des droits d'auteur et droits voisins perçus pour la diffusion des œuvres à la télévision et à la radio, **3%** (13 millions d'euros) de la distribution de supports physiques, **1%** (5 millions d'euros) proviennent des droits perçus pour la sonorisation de lieux et d'événements, et **1%** (4,5 millions d'euros) proviennent des revenus domestiques des synchronisations.

Le sous-ensemble **techno/house que nous avons distingué pèse 98 millions d'euros HT**, soit **24%** du total. Les deux principaux blocs constituent à eux seuls **92%** du poids de l'ensemble : **58%** (57 millions d'euros) proviennent du chiffre d'affaires des clubs et discothèques et **19%** du chiffre d'affaires total des clubs et discothèques sur les musiques électroniques, et **34%** (34 millions d'euros) du chiffre d'affaires des festivals, soit **72%** du chiffre d'affaires total des festivals pour les musiques électroniques.

3% (3 millions d'euros) proviennent de l'export de ces musiques, **2%** (2 millions d'euros) proviennent des revenus domestiques des synchros, **2%** également (2 millions d'euros) proviennent de la distribution numérique sur les plateformes de streaming et de téléchargement, et moins de **1%** (0,6 million d'euros) provient de la distribution de supports physiques.

Le marché total de la synchronisation des musiques électroniques représente près de 9 millions d'euros. Il se compose des synchronisations dont l'exploitation est réalisée en France (4,5 millions d'euros), et celles réalisées à l'international (4,3 millions d'euros inclus dans l'export).

Les musiques électroniques présentent 17% des musiques actuelles



POIDS ÉCONOMIQUE DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES

Le marché des musiques électroniques représente un montant de 416 millions d'euros HT, soit 17% du marché des musiques actuelles.

◆ Musiques électroniques ◆ Autres musiques



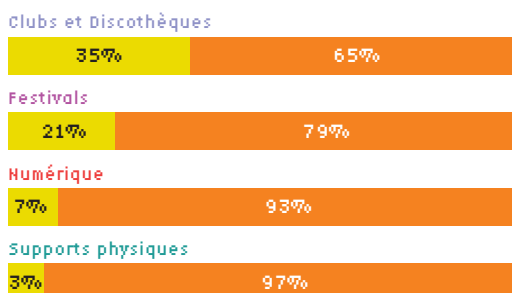
POIDS ÉCONOMIQUE PAR SECTEUR

Ce marché est porté par le live :

- Le chiffre d'affaires lié aux musiques électroniques constitue 35% du chiffre d'affaire des clubs et discothèques,
- Les festivals de musiques électroniques atteignent 21% du chiffre d'affaires total généré par les festivals de musiques actuelles.

Pour ce qui concerne la distribution physique et numérique, la consommation de musiques électroniques est différente des usages des autres musiques. Sur le marché de la musique en ligne, 7% des revenus des musiques actuelles sont issus de la distribution numérique des musiques électroniques. Pour les supports physiques, cette part descend à 3%.

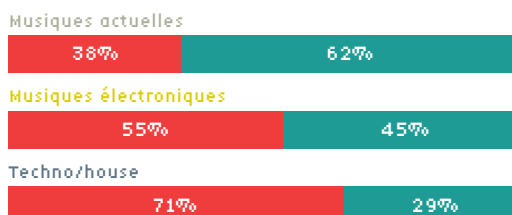
◆ Musiques électroniques ◆ Autres musiques



REVENUS ISSUS DU NUMÉRIQUE ET DES SUPPORTS PHYSIQUES

Le partage physique/numérique est, là encore, spécifique dans le domaine des musiques électroniques : la part du numérique dans les musiques électroniques passe à 55% et même 71% pour la techno/house.

◆ Numérique ◆ Supports physiques





REVENUS ISSUS DES VENTES DE SUPPORTS PHYSIQUES

Il est important de noter que **le vinyle est un support phare des musiques électroniques**. Alors qu'il pèse 5% des ventes dans les musiques actuelles, le vinyle représente 12% des ventes de supports physiques dans les musiques électroniques. C'est encore plus vrai pour la techno/house dont sa place est prépondérante avec 75% des ventes de supports physiques.

◆ Vinyles ◆ Supports physiques

Musiques actuelles



Musiques électroniques



Techno/house



PÉRIMÈTRE ET SOURCES DES DONNÉES ÉCONOMIQUES



Supports physiques

Chiffre d'affaires HT généré par la vente de musiques électroniques sur supports physiques, vinyles et CD, quel que soit le canal de distribution, e-commerce inclus. Source GfK



Diffusion radio/TV

Droits perçus par le secteur de la musique pour la diffusion des œuvres de musiques électroniques dans les médias audiovisuels traditionnels (droits d'auteur et droits voisins).

Source Sacem et SPRE



Numérique

Chiffre d'affaires HT généré par la distribution numérique de musiques électroniques, avec d'une part la vente de fichiers numériques (téléchargement), d'autre part les revenus des plateformes de streaming qui agrègent les revenus publicitaires et les abonnements payants.

Source GfK complétée par les données du SNEP



Synchronisation

Quote-part (10%) des revenus HT issus des synchronisations et des commandes de musiques électroniques pour une exploitation en France pour les films publicitaires et pour la musique à l'image, sur les émissions de télévisions et sur les œuvres cinématographiques. Source CSDEM



Clubs et discothèques

Chiffre d'affaires HT des clubs techno/house, avec une quote-part* (30%) musiques électroniques pour le chiffre d'affaires des discothèques généralistes. Source Sacem

* Quotes-parts basées sur les hypothèses retenues par le groupe de travail de l'étude



Export

Quote-part (8% en moyenne) des revenus HT perçus pour l'export de musiques électroniques (principalement diffusion, live, musique enregistrée, synchronisations). Source Bureau Export



Festivals

Chiffre d'affaire HT des festivals de musique électronique, avec une quote-part (10%) musiques électroniques pour le chiffre d'affaires des festivals généralistes. Source Sacem et Barofest 2015 (CNV/IRMA/SACEM)



Sonorisation

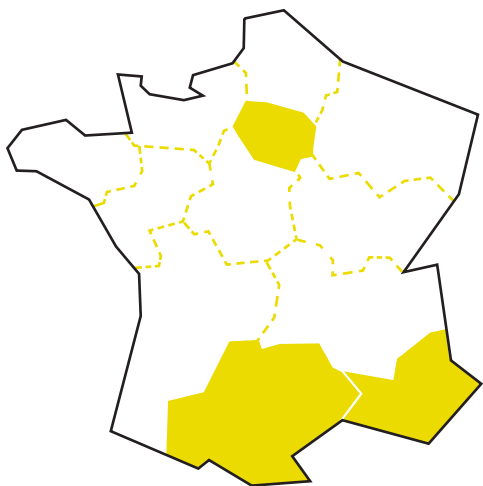
Droits perçus pour la diffusion de musiques électroniques dans des lieux accueillant du public.

Source Sacem

2.1 FOCUS FESTIVALS



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE
60% DES FESTIVALS EN ÎLE-DE-FRANCE,
PACA ET OCCITANIE

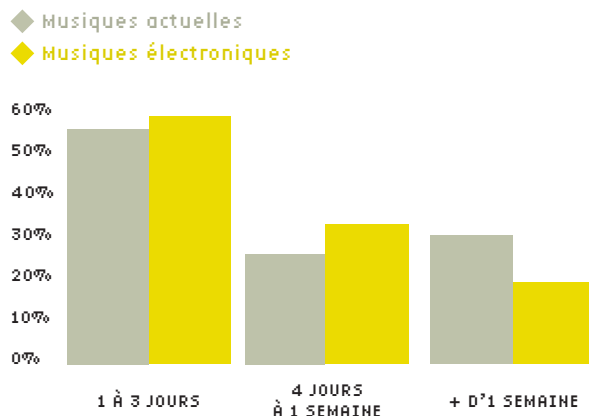


Les festivals de musiques électroniques (techno/house) se concentrent, en nombre, sur **3 régions qui accueillent à elles seules 60% de l'offre : Île-de-France, PACA et Occitanie.** Néanmoins, si Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes, deux régions traditionnellement festivières, comptent relativement moins de festivals de musiques électroniques que de festivals de musiques actuelles, elles accueillent certains des plus importants avec respectivement le Big festival et les Nuits Sonores.

Les festivals de musiques électroniques (techno/house) sont souvent opérés par des entrepreneurs plus jeunes que ceux des festivals de musiques actuelles. Ils s'inspirent plus volontiers des modèles étrangers, où dominent les structures commerciales. De plus, la méfiance historique des pouvoirs publics pour les musiques électroniques, laissant peu d'espoir de subventions à ces acteurs, a moins favorisé le développement des modèles associatifs.



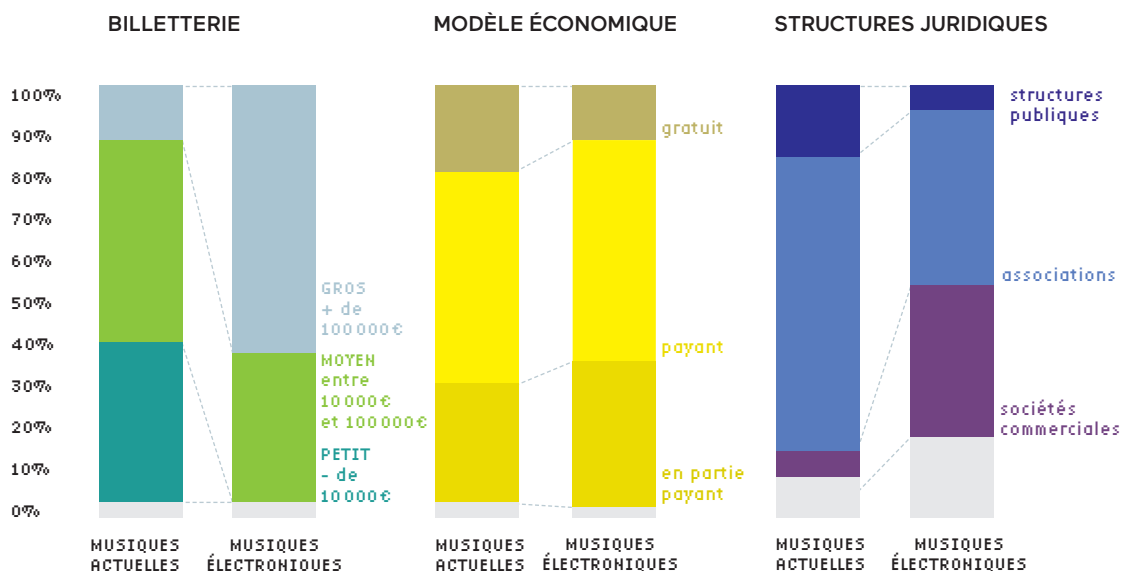
SAISONNALITÉ ET DURÉE



Plus de **80% des festivals de musiques électroniques (techno/house) ont lieu au printemps et en été** et près de 60% en plein air (mêmes caractéristiques que l'ensemble des festivals). En revanche, les festivals de musiques électroniques ont tendance à être plus courts : plus de **85% durent moins d'une semaine contre 75% des festivals de musiques actuelles**.



CARACTÉRISTIQUES ÉCONOMIQUES



◆ Non renseigné

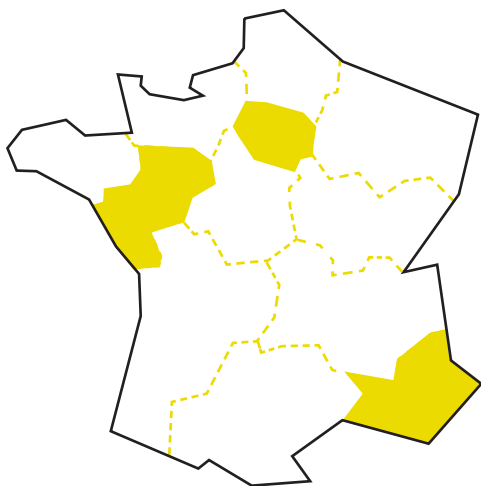
Les festivals de musiques électroniques (techno/house) sont de gros festivals, payants et **plus portés par des sociétés commerciales que la moyenne des festivals** de musiques actuelles

Sources Barofest (CNV/IRMA/SACEM) 2015

2.2 FOCUS CLUBS



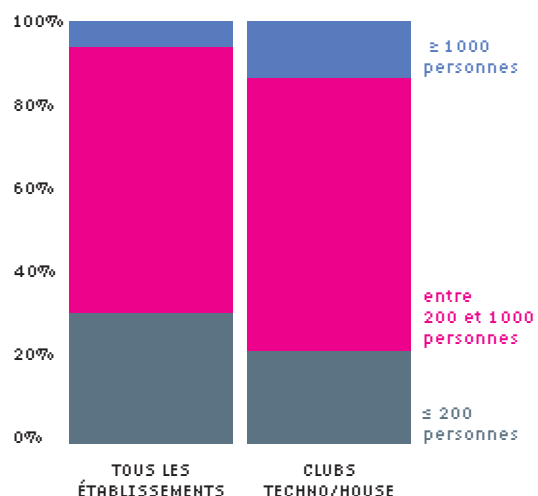
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE
60% DES CLUBS TECHNO/HOUSE
EN ÎLE-DE-FRANCE, PACA
ET PAYS-DE-LA-LOIRE



À la différence du maillage des établissements de nuit français, répartis sur l'ensemble du territoire, les établissements de musiques électroniques (segment techno/house) se concentrent sur la **Région Île-de-France** qui accueille à elle seule près d'un-tiers de l'offre. Suivent les **Régions Pays-de-la-Loire** et **Provence-Alpes-Côte d'Azur** qui **accueillent près d'un quart des clubs techno/house**.



CAPACITÉ D'ACCUEIL

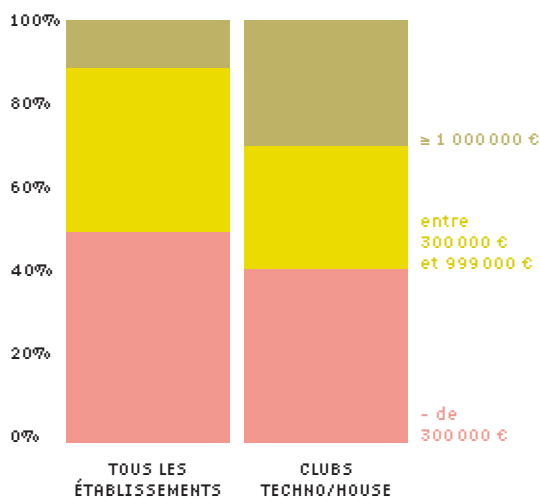


La proportion d'établissements de techno/house ayant une **capacité égale ou supérieure à 1000 personnes est deux fois plus importante que celle des établissements de nuits** en général. En miroir, on trouve sensiblement moins d'établissements de petite taille parmi les établissements de techno/house.

Les clubs dont la programmation est spécifiquement techno/house, ont une économie sensiblement différente du reste de leur secteur : ils supportent des coûts de plateaux élevés, dus aux artistes de renommée nationale et internationale qu'ils programment chaque week-end. En contrepartie, leur public consent à payer un prix d'entrée plus élevé. C'est une économie de spectacle vivant, qui induit un chiffre d'affaires supérieur mais également des charges plus élevées.



CARACTÉRISTIQUES ÉCONOMIQUES [TRANCHE DE CHIFFRE D'AFFAIRES]



Les établissements de musiques électroniques sont majoritairement des moyens et gros établissements.

La part des établissements dont le chiffre d'affaires est supérieur à 1 million d'euros est 3 fois supérieure parmi les clubs techno/house.

3. ENJEUX POUR LE DÉVELOPPEMENT DES MUSIQUES ÉLECTRONIQUES EN FRANCE

La croissance qu'a connue le monde des musiques électroniques en France ces cinq dernières années, a permis à ses acteurs d'en réclamer les fruits et de se hisser au niveau des autres styles musicaux, à la fois sur un plan économique et statutaire, ainsi qu'en ce qui concerne la reconnaissance de leur apport créatif, notamment autour du live.

Ainsi, sur toute la chaîne de valeurs, des avancées ont été obtenues, des situations remises en question, au gré également d'une professionnalisation accrue. Il en découle une redistribution des cartes, des chantiers nouveaux à mener à bien et des enjeux tant en ce qui concerne les artistes, que les lieux qui les accueillent, les cadres sociaux-juridiques qui les régissent, ainsi que les modalités de gestion de leurs droits, collective ou individuelle.

3.1 LES ARTISTES

Les artistes de musiques électroniques, à l'instar de tous les musiciens, veulent être reconnus en tant que **créateurs** lorsqu'ils jouent en live. Lorsqu'ils utilisent des œuvres existantes, ils veulent être considérés en tant que **remixeurs**, statut qui se rapproche de celui de l'arrangeur de jazz. Pour autant, le **statut de DJ remixeur**, créé par la Sacem en 1997, reste méconnu du plus grand nombre et est tombé en désuétude. Dans tous les cas, les artistes cherchent à pérenniser leur activité artistique par un statut adapté.

Ils réclament que soit faite une distinction avec ceux des DJ dont l'activité repose uniquement sur la sélection et l'enchaînement d'œuvres d'autrui. L'apport artistique des DJ créateurs va lui au-delà de la seule sélection de disques, ils y apportent des transformations artistiques uniques, en étant capables de mélanger et de modifier plusieurs morceaux à la fois, mais également d'y adjoindre leurs propres créations, quand ils ne vont pas jusqu'à jouer uniquement leur propre musique. Même sur des machines et logiciels, les artistes de musiques électroniques sont des compositeurs comme les autres et demandent qu'on leur reconnaisse définitivement ce statut, d'autant plus à l'ère du quasi tout numérique.



KUNGS

♦ À quel âge avez-vous commencé à composer et pensiez-vous réussir si vite ?

J'ai commencé à composer à 17 ans, en créant des remixes non-officiels de chansons que j'appréciais (Coldplay, Bob Marley...). Après que quelques-uns aient atteint plusieurs millions de vues sur Soundcloud et YouTube, j'ai eu l'opportunité de délivrer plusieurs remixes officiels dont notamment « Are You With me » de Lost Frequencies et « On My Way » de Axwell & Ingrosso. Les choses sérieuses ont commencé à ce moment-là et j'ai pu me produire dans les clubs de France et d'Europe, à 18 ans. Enfin c'est en Février 2016 que tout s'est accéléré avec la sortie de « This Girl ». Je ne pensais pas atteindre si vite ce stade de ma carrière mais c'est pourtant le cas aujourd'hui et j'en suis très content.

◆ Est-ce que le format album vous intéresse ?

Complètement. Je pense que l'album est une étape indispensable dans la carrière d'un artiste car il permet de montrer au monde les différentes facettes de ma musique. Restreindre un artiste à un ou deux singles n'a aucun sens à mes yeux. Ma musique est inspirée de choses très différentes et il est parfois difficile d'exprimer toutes ces facettes dans quelques singles. L'album permet de construire l'identité musicale de l'artiste et de l'exposer au monde.

♦ Utilisez-vous internet pour produire la musique (outils en ligne, collaboration avec des artistes à distance, etc.) ?

Pour produire pas vraiment, mais pour trouver l'inspiration, rien de tel que de naviguer sur internet et d'écouter tout type de musique. Mais il m'arrive de collaborer avec des artistes via internet, je leur envoie des versions instrumentales, ils me renvoient une piste vocale et nous ajustons tout cela ensemble au fur et à mesure de la production du morceau.

♦ Le live était-il une étape à laquelle vous pensiez dès que vous avez commencé à composer et est-elle facile à franchir ?

Définitivement, j'aime l'idée d'être DJ mais pour moi un artiste se doit de proposer davantage qu'un simple DJ set afin (encore une fois) de présenter son univers aux gens et de leur faire vivre une expérience encore plus immersive avec chanteurs, quelques instruments live et évidemment productions visuelles.

♦ Bénéficiez-vous de suffisamment de temps pour produire de la musique (notamment par rapport au temps pris par les tournées, par les réseaux sociaux, etc.) ?

Il est parfois compliqué de produire en voyageant. Parfois une après-midi en studio ou juste en home studio suffit pour faire avancer les choses beaucoup plus rapidement. Néanmoins j'arrive quand même à produire en tournée. C'est généralement les finitions qui nécessitent un peu de calme.



<u>Nom</u>	Para One
<u>Profession</u>	Artiste
<u>Société</u>	Ed Banger
<u>Booking</u>	The Talent Boutique

PARA ONE

♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes du monde des musiques électroniques en France ces dernières années ?

L'augmentation du nombre de festivals et l'ouverture des SMAC (Scènes de Musiques Actuelles, NDLR) à la musique électronique.

♦ Quels sont les enjeux de demain ?

En finir avec « l'imitation » de concerts et mieux intégrer la culture des clubs, des sound-systems, des raves (bref du *DJing*) aux salles formatées « live ».

♦ La prépondérance du live et d'internet a-t-elle définitivement changé la manière de produire la musique ?

Forcément, avec en première victime le format album (qui me manque). Aussi, la nécessité de survivre dans ce contexte difficile rend la création moins libre alors que ce devrait être le contraire : la pauvreté devrait produire des idées nouvelles.

♦ Bénéficiez-vous de suffisamment de temps pour produire de la musique ?

Oui. C'est mon métier à plein temps.

♦ Combien de titres sortez-vous par an (remix inclus) ?

J'oscille entre zéro cette année, et une soixantaine de morceaux en 2012 ! Disons une moyenne d'une dizaine.

3.2

LES ENJEUX DE LA GESTION DES DROITS

Deux modalités de gestion des droits cohabitent de manière non exclusive pour les artistes et leur encadrement : la gestion collective et la gestion individuelle. Elles dépendent bien souvent du niveau d'information des artistes et de leur encadrement ainsi que des stratégies qu'ils peuvent être amenés à mettre en œuvre, en fonction du degré de développement de leurs carrières.

LA GESTION COLLECTIVE

Elle repose sur un triptyque mutualiste « dépôt des œuvres – tracking – répartition » qui, s'il est vertueux, optimise les droits des créateurs.

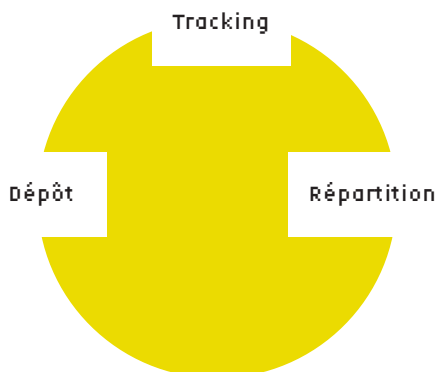
Il soulève des problématiques de simplification du dépôt et d'efficacité du tracking des œuvres.

En effet, les musiques électroniques ne permettent pas de déposer les programmes joués comme pour les autres types de musiques. Bien souvent, le DJ ou l'artiste de musiques électroniques mélange de nombreux morceaux (dont parfois des extraits très courts) et base sa performance sur des improvisations souvent imprévisibles. En cela, l'artiste de musiques électroniques se rapproche de celui du jazz improvisé. Mais il faut ajouter que sa valeur ajoutée tient également beaucoup à l'inédit, à l'exclusivité et à la nouveauté de son programme, qui peuvent l'amener à préférer en garder le secret.

En tout état de cause, les artistes de musiques électroniques considèrent souvent que les œuvres qu'ils jouent ne seront pas identifiées correctement, et de surcroît qu'elles ne font bien souvent pas partie des catalogues des sociétés de gestion des droits, car peu souvent déposées par leurs créateurs.



LA GESTION COLLECTIVE



D'une part certaines de ces œuvres n'engagent pas forcément au dépôt car elles ont une exploitation confidentielle, notamment des œuvres tirées à peu d'exemplaires en vinyle et dont la diffusion traditionnelle ou digitale escomptée est infime en dehors d'un cercle d'initiés. D'autre part, les processus de dépôt des œuvres, pour celles dont le potentiel pourrait y inciter leurs auteurs, est parfois encore trop rigide à leurs yeux. De plus, les revenus potentiels complémentaires que pourrait amener la gestion collective peuvent sembler parfois trop faibles par rapport aux cachets des DJ, soit mal connus voire ignorés, notamment dans tous leurs aspects au-delà des revenus immédiats.

Le monde des musiques électroniques est pour partie étranger aux fonctionnements de la gestion collective des droits et l'ignore parfois seulement par manque d'information ou de pratique collective. Il importe de faire circuler l'information par une plus grande pédagogie ainsi que de simplifier le dépôt des œuvres et des programmes de musiques électroniques.

Enfin, pour que le triptyque énoncé puisse fonctionner de manière optimale, il faut améliorer l'identification des œuvres. Cela passe par des mécanismes de *tracking* qui doivent pouvoir permettre d'identifier

les œuvres jouées en live, quel que soit le lieu de diffusion (clubs ou festivals, concerts et soirées). Les progrès technologiques récents, qui permettent la reconnaissance audio de sons (dont la version grand public la plus connue se matérialise par l'application Shazam) ont permis à différents acteurs de proposer de nouveaux procédés d'identification des œuvres, avec une efficacité qui peut permettre d'espérer un *tracking* optimal dans un futur très proche ; à la condition qu'artistes et labels fournissent à ces acteurs les empreintes sonores de leurs titres et les métadonnées associées, au minimum titre et nom des créateurs.

Des solutions impliquant un envoi direct, sécurisé et strictement confidentiel des sets des DJ et artistes de musiques électroniques (par connexion internet directe sur la console de sortie de l'artiste ou du club par exemple) aux sociétés de perception et de répartition des droits (Sprd) sont également à l'étude, afin de pallier aux difficultés liées au remplissage manuel (qu'il soit en version papier ou électronique) des déclarations de diffusion des œuvres. Il s'avère que les artistes, toujours soucieux de l'exclusivité de leurs programmes comme garante de leur valeur ajoutée, ne sont bien souvent pas opposés à ces systèmes si la confidentialité en est garantie. L'identification des œuvres jouées devient ainsi efficace par comparaison avec les bases des œuvres déposées.

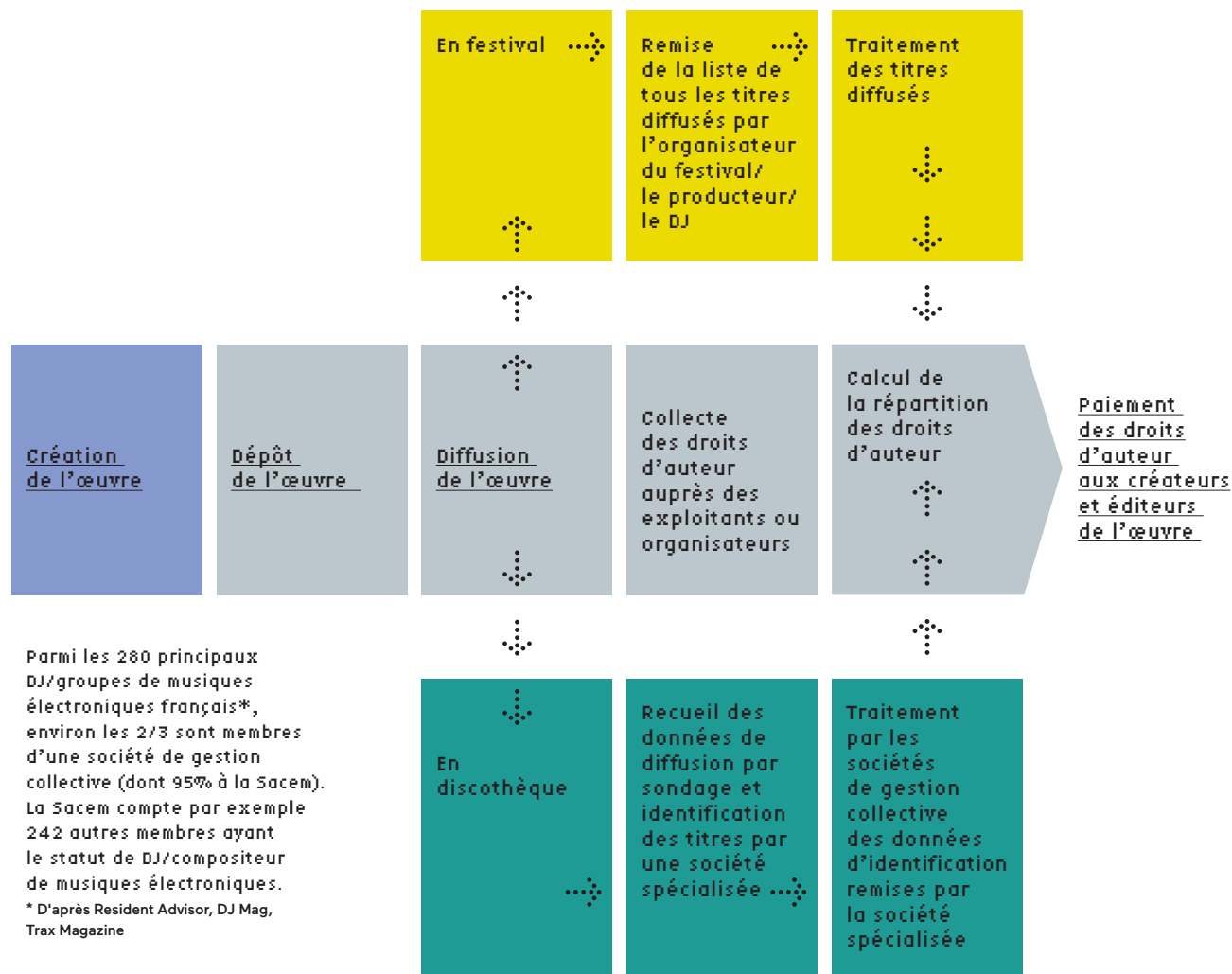
La concordance de la **simplification du dépôt des œuvres** et d'un **tracking efficace** est donc le chemin à suivre pour permettre au triptyque « dépôt des œuvres – *tracking* – répartition » d'être réellement vertueux.

Il s'agit donc avant tout d'intensifier le dialogue entre artistes, lieux de diffusion et Sprd pour **rétablir la confiance** mutuelle, qui garantira à tous une répartition plus juste et optimisée des droits des musiques électroniques.



LE FONCTIONNEMENT D'UNE SOCIÉTÉ DE GESTION COLLECTIVE

L'ensemble des droits collectés pour un festival est réparti
à partir du programme des œuvres jouées
et en fonction de leur durée.



Les droits collectés auprès des discothèques sont répartis sur la base d'enregistrements réalisés chaque semaine par une société spécialisée parmi un panel de 100 discothèques. Ces enregistrements permettent d'établir une image représentative des œuvres diffusées.

<u>Nom</u>	Guillaume Heintzmann
<u>Société</u>	Alter-K
<u>Date de création</u>	14/03/2006
<u>Nombre d'employés</u>	5 (2016)
<u>Autres activités</u>	professeur de droit à l'Iscom (Institut Supérieur de communication).



ÉDITEUR ALTER-K: GUILLAUME HEINTZMANN

♦ Quelles sont les spécificités des musiques électroniques en termes d'éditions ?

Il faut d'abord signaler que l'ensemble des problématiques « générales » de l'édition s'applique aussi aux musiques électroniques, il y a un tronc commun à l'ensemble des musiques : collecte des droits, mise en place des informations d'exploitation auprès des sociétés de gestion collective, travail de développement, problématiques internationales, etc.

Parmi les problématiques spécifiques aux musiques électroniques, on peut isoler celles liées à l'écriture et la production, beaucoup plus "exogènes" que les autres types de musiques, intégrant très souvent des sons, textures, rythmiques préexistantes. De même, les musiques électroniques sont des musiques se prêtant aux collaborations entre artistes. Les auteurs compositeurs de musiques électroniques ainsi que leurs éditeurs sont donc confrontés fréquemment à deux cas de figure : les *samples* (1), et les remixes (2).

(1) les "samples"

Le *sample* se définit comme l'utilisation d'une œuvre préexistante ou d'une partie d'une œuvre préexistante dans une nouvelle œuvre. La nouvelle œuvre est donc mixte, mêlant composition/écriture originale, et utilisation d'une œuvre extérieure et antérieure.

L'utilisation de *samples* peut se retrouver partout, mais elle est surtout présente en matière de musique électronique et de hip-hop, musiques culturellement ouvertes aux emprunts, ré-utilisations et collaborations.

(2) les remixes

Lors d'un remix, un artiste/ auteur-compositeur utilise les pistes séparées (*stems*) d'un titre d'un autre artiste, pour créer une version différente du titre. Ces remixes permettent des synchronisations que les titres originaux n'offriraient pas. De plus, en matière de musique électronique, le remix fait de plus en plus partie intégrante de la stratégie et du marketing du label et de l'éditeur pour le développement d'un artiste. Doit-on nécessairement considérer le remixeur comme un nouveau créateur de l'œuvre remixée ? À quel titre : co-compositeur ? Arrangeur ? Co-auteur en cas d'ajout de paroles ? En général, on attribue le plus souvent

la qualité « d'arrangeur » au remixeur. L'intérêt est que la qualité d'arrangeur limite la part du remixeur sur les droits d'exécution publique, car l'arrangeur récupère une part de 1/12, contre une part souvent plus importante quand il est compositeur.

♦ La synchronisation et la musique à l'image peuvent-elles pallier la baisse des ventes ?

Oui, la synchronisation constitue une source de revenus importante aussi bien pour les éditeurs que pour les producteurs/labels. Mais même si les ventes ont baissé, le nouveau modèle est maintenant bien en place, basé essentiellement sur les revenus du streaming, et un important système d'aides à la production, au clip, à la scène, ainsi que le crédit d'impôt, qui allège considérablement les charges des structures du secteur de la musique. Ce nouvel éco-système permet de continuer à sortir et développer des projets. La synchronisation est un complément indispensable à ce modèle, mais c'est un secteur qui reste hautement aléatoire.



Nom Jean-Christophe Bourgeois
Société Sony/ATV Music Publishing (France)
Date de création 1995



ÉDITEUR SONY - ATV : JEAN-CHRISTOPHE BOURGEOIS

♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes des musiques électroniques en France ces 3 dernières années ?

Il est frappant de voir que le développement spectaculaire de la scène électronique live ne s'est pas fait sur le succès de quelques artistes « stars » qui passent en radio, mais plutôt par le développement réussi d'un écosystème relativement disjoint des grands media mainstream et de leur programmation. Par ailleurs, l'emprise culturelle des musiques électroniques s'est renforcée. Les sonorités électro se retrouvent aujourd'hui dans la plupart des productions musicales, quel que soit leur style, dans les spectacles de danse, les musiques de films et l'illustration sonore des programmes audiovisuels, les habillages des chaînes de TV et de radio.... Bref, les sonorités électroniques sont omniprésentes, même si les musiques électroniques ne le sont pas dans les médias.

♦ Quels sont les enjeux de demain ?

La transition vers un monde dominé par le streaming remet en cause le modèle économique sur lequel de nombreux labels électro indépendants se sont développés. La capacité d'accès des acteurs de l'électro aux playlists éditorialisées de ces plateformes

sera également un enjeu clé. Enfin, artistiquement les créateurs du monde des musiques électroniques sont condamnés à innover, faute de quoi l'omniprésence des sonorités électro pourra constituer un facteur d'usure à moyen terme.

♦ Quelles sont les spécificités des musiques électroniques en termes d'éditions ?

Elles sont nombreuses. D'une part concernant la répartition des droits entre les créateurs. Une configuration usuelle pour la création d'une œuvre de musique électronique voit l'implication d'un ou plusieurs compositeurs/producteurs/*track writers* d'un côté, qui élaborent le « track » (berceau instrumental), et un ou plusieurs *topliners* de l'autre – qui eux se chargent d'écrire la mélodie et les paroles, quand il y en a. Or cette répartition ne correspond pas aux traditionnelles catégories compositeur/parolier qui prévalent toujours aujourd'hui à la Sacem, puisque le *topliner* crée à la fois la mélodie (relevant de la composition) et les paroles. Les collaborations dans le monde de l'électro se font par ailleurs souvent au-delà des frontières, mélangeant ainsi des créateurs liés à des sociétés d'auteur différentes, évoluant dans un cadre juridique parfois distinct.

Enfin, il peut y avoir dans certains cas utilisation d'un sample, interpolation d'une œuvre pré-existante, *mash-up* de plusieurs œuvres... Bref, il peut naître une vraie complexité autour des œuvres, et c'est le rôle de l'éditeur de venir à bout des obstacles parfois nombreux pour permettre l'exploitation sereine de l'œuvre et la juste rémunération des ayants-droit.

♦ La synchronisation et la musique à l'image peuvent-elles pallier la baisse des ventes ?

Elles peuvent y contribuer. En particulier, la large diffusion des sonorités électro dans la société française devrait rendre les musiques électroniques elles-mêmes progressivement moins « clivantes » aux yeux des annonceurs et des agences. Le développement d'opérations de communication plus ciblées, par opposition aux expositions type publicité en prime time, sur les chaînes de TV nationales destinées à un public de masse, offre également de nouvelles opportunités aux acteurs de l'électro. Enfin, une nouvelle génération de réalisateurs et de producteurs de films qui ont grandi en écoutant de l'électro, aura la possibilité d'imposer son esthétique dans les années qui viennent.

La problématique du tracking

Afin d'assurer une répartition équitable, une société d'auteurs a besoin de données de diffusion les plus représentatives et/ou les plus complètes possibles. Elle a en outre besoin que les œuvres aient fait l'objet d'un dépôt.

Si la répartition des droits est basée sur des sondages, les données d'exploitation doivent provenir d'un panel de lieux représentatifs de l'économie du secteur, des répertoires diffusés, des implantations et de l'activité (DJ invités ou non, heures et jours d'ouverture, etc.).

Si la répartition est basée sur le détail des titres joués, c'est-à-dire la prise en compte de toutes les œuvres, avec leurs durées, il est nécessaire de se mettre en capacité de recueillir cette information de façon exhaustive.

Le processus de récupération des données et de leur traitement doit respecter différentes contraintes pour toute forme de répartition, au programme ou au sondage :

1.

L'enregistrement de sons doit être d'une qualité suffisante pour la reconnaissance des titres joués.

2.

La base d'empreintes sonores doit être suffisamment large et diversifiée pour identifier tous les titres.

3.

La qualité d'identification des titres et le mode de leur transmission à la société d'auteurs doit permettre d'assurer le travail de répartition.

4.

Le procédé utilisé doit garantir l'intégrité des données de bout en bout, c'est-à-dire qu'à aucun moment elles n'aient été susceptibles d'être corrompues ou modifiées.

Pour une répartition au programme, il faut s'assurer de deux garanties supplémentaires :

5.

La date et le lieu de la manifestation doivent être connus avec précision afin de bien mettre en relation les droits collectés et les titres joués.

6.

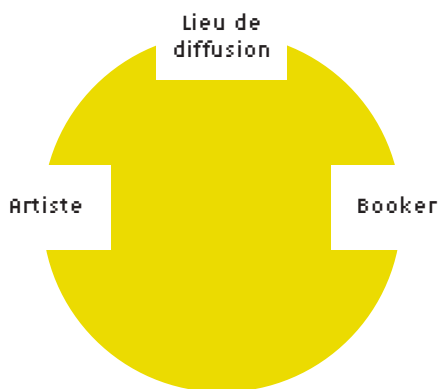
Le programme récupéré doit être complet.

Depuis quelques années des nouvelles sociétés se sont développées autour des technologies de reconnaissance de la musique (ou MRT, Music Recognition Technologies), sur le tracking et l'identification des titres.

Partout dans le monde les sociétés de gestion de droits d'auteur font appel à ces prestataires. On peut citer entre autres Bmat music innovation, DJ Monitor, Yacast, ou Trax-air. Yacast est la solution utilisée par la SACEM en France. DJ Monitor est également une des solutions de référence, utilisée depuis plus de 10 ans aux Pays-Bas par la BUMA, la société locale de gestion de droits d'auteur. Une alternative technologique est de récupérer directement les données d'identification des titres joués (DMC, *Direct Metadata Collection*). C'est la technique proposée par une société telle que Pioneer DJ et utilisée en Australie par l'APRA, la société locale de gestion de droits d'auteur – croisée avec d'autres dispositifs. Quelle que soit la technologie utilisée, le retour d'expérience des sociétés de gestion de droits d'auteur fait apparaître que la captation n'est que la première étape. Vient ensuite une phase de comparaison et d'identification, qui ne sera réussie que pour des titres qui ont été déposés au préalable ; et pour lesquels les sociétés de *tracking* disposent des empreintes sonores et métadonnées fournies par les artistes ou leurs éditeurs.



LA GESTION INDIVIDUELLE



LA GESTION INDIVIDUELLE

Elle repose sur un triptyque « lieu de diffusion – booker – artiste » et valorise une rentabilité financière immédiate.

Elle considère souvent que l'intérêt financier comptant est supérieur aux attentes de droits qui pourraient découler de ses œuvres ou prestations à plus long terme. Cette évaluation prospective peut relever d'une analyse de sa carrière par l'artiste. Il peut par exemple considérer, en toute conscience des faibles possibilités de diffusion de sa musique, ou d'un état de notoriété ne lui garantissant pas encore suffisamment de représentations en live, que le niveau de droits escompté ne rend pas nécessaire de confier la gestion de ses droits à un tiers.

L'artiste ou son encadrement, pour des raisons équivalentes de diffusion spécifique, peuvent aussi s'occuper eux-mêmes de la gestion et du recouvrement de ces droits. Il est possible d'établir un parallèle avec le métal. Un groupe comme le mastodonte Rammstein, qui remplit des stades en jouant une musique diffusée uniquement en concerts et via ses enregistrements, dont il est auteur, compositeur et interprète, peut se passer de la gestion collective. Il pense ainsi gagner plus en faisant l'économie des frais de gestion d'une SPRD, par méconnaissance des modalités de répartition qui peuvent s'avérer en réalité plus avantageuses pour l'artiste.

Surtout, il est important de considérer qu'en fonction des typologies de carrière des artistes et de leurs évolutions, de la nature de leurs œuvres et de leur type d'exploitation et de diffusion, gestion individuelle et collective ne s'excluent pas et peuvent se succéder, voire cohabiter.

3.3 LES CLUBS

Parmi les quelques 2000 discothèques françaises, celles qui animent leur ville, non seulement en relayant l'effervescence de la scène locale et de la vigueur de ses collectifs, mais aussi en accueillant des artistes d'autres villes et d'autres pays, qui correspondant à la direction artistique défendue, sont de plus en plus nombreuses. Même si elles sont minoritaires sur le total des boîtes de nuit, puisqu'elles n'en représentent que **3%**, leur action culturelle est sans conteste et elles concourent au soutien de la création. D'autant qu'en se rapprochant des organisations et syndicats traditionnels de la filière, elles s'inscrivent dans une démarche de professionnalisation accrue qui fluidifie le fonctionnement du secteur.

Ces clubs qui appuient leur activité sur une programmation artistique diversifiée, regroupée par plateaux liés à des esthétiques distinctes, souhaitent être reconnus pour leur **apport culturel**. Les artistes qu'ils programment se produisent dans les conditions du **spectacle vivant** et partant ils réclament une différenciation de leur statut de celui des discothèques traditionnelles qui salarient des DJ résidents, dont l'activité repose essentiellement sur la sélection d'œuvres existantes.

La prise en compte de cette spécificité de spectacle vivant, implique des modifications de base fiscale, notamment de TVA (qui passe alors à 5,5%), d'intégration à la filière du spectacle vivant via la cotisation au CNV et la nécessité pour l'exploitant d'être notamment titulaire d'une licence d'entrepreneur de spectacles.

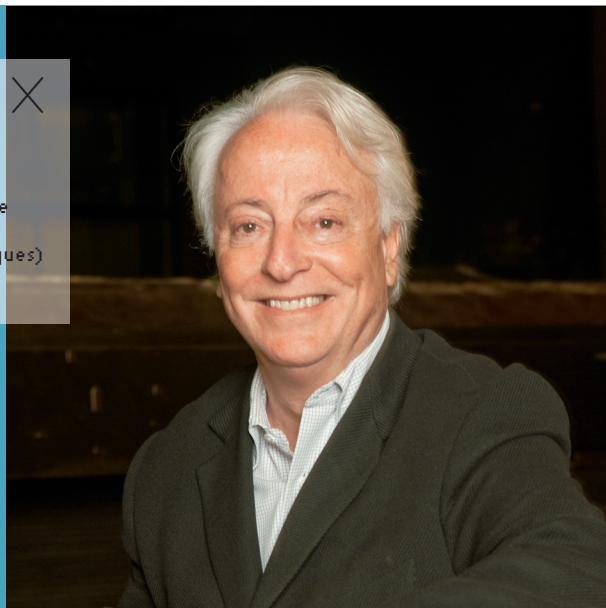
Ces évolutions dans la nature de l'exploitation comme dans l'usage des œuvres musicales, peuvent également avoir comme conséquence une évolution dans le niveau et les modalités de collecte des droits musicaux.

Il y a donc des arbitrages à envisager de la part des lieux, selon qu'ils souhaitent être reconnus pour une activité de spectacle vivant (qui notamment verse des cachets aux artistes programmés, reconnus comme des artistes créateurs ayant accès au statut d'intermittent) ou simple discothèque (qui salarie ses DJ résidents).

La distinction des clubs qui revendiquent la spécificité artistique et culturelle de leur travail de programmation, par rapport aux discothèques qui animent leurs soirées en jouant exclusivement des œuvres pré-existantes à leurs spectateurs, n'est donc pas sans **conséquences juridiques, fiscales et sociales (et par conséquent financières)**, de nature à faire bouger les lignes entre les établissements, les bookers, les artistes et leurs représentants.

Hom
Profession

Bruno Blanckaert
Président du Grand Rex
et de la CSCAD (Chambre
Syndicale des Cabarets
Artistiques et Discothèques)



CLUBS REX CLUB / CSCAD : BRUNO BLANCKAERT

♦ Quels sont pour vous les évolutions marquantes du monde des musiques électroniques en France ces 3 dernières années ?

Les musiques électroniques touchent un champ plus large qu'auparavant où elles se cantonnaient à des initiés en centres urbains. Elles sont désormais populaires au sens positif du terme. En tant que Président de la CSCAD, je vous réponds d'une façon générale que les musiques électroniques sont en pleine évolution et que les lieux qui les diffusent vont se multiplier et évoluer avec elles. Ils vont devenir novateurs et polyculturels, à l'identité moderne.

♦ **Comment un club peut-il fidéliser sa clientèle sur une fréquence hebdomadaire ?**
C'est exclusivement lié à la programmation, dans un cadre concurrentiel très vif. La capacité du club à attirer des DJ et des scènes artistiques précis est primordiale. Si je prends l'exemple du Rex, son identité est très forte : la clientèle sait à quoi s'attendre et on ne la trompe pas. Nous sommes un label de qualité, grâce à l'expertise des personnes en charge de la programmation.

♦ En tant que président de la CSCAD, voyez-vous une distinction évidente entre les discothèques généralistes et les clubs à la programmation spécifiquement techno/house que nous avons identifiés dans cette étude ? Et comment la caractérisez-vous ?

La clientèle des clubs électro revêt un caractère plus élitiste et se déplace sur des motivations différentes. Les discothèques généralistes accueillent un public qui vient se distraire et a besoin de se retrouver au-delà de l'heure habituelle de fermeture des bars, pour faire des rencontres, d'autant plus en province. Alors que les clubs électro attirent une clientèle qui vient plus pour apprécier un événement musical que pour se rencontrer. Ce qui n'exclut pas les rencontres, mais l'attrait musical oblige le club à raisonner sur des événements mobilisateurs et des propositions novatrices. Si nous n'avons pas la programmation ad hoc, nous préférons ne pas ouvrir. Et nous devons aller jusqu'à nous affranchir du cadre du club.

♦ Quels sont les enjeux de demain pour les clubs et les musiques électroniques ?

Il faut investir. Les lieux qui ouvrent doivent soigner la qualité du son, du décor, les types de plateaux, des événements surprenants capables d'inviter des artistes de renommée mondiale quasiment à l'improviste. Ce sont les challenges de demain. Ce qui se passe à Paris est supérieur à ce qui se passe dans le reste de l'Europe, même à Berlin ou à Londres. Les pays du sud ont évidemment la capacité de fédérer des fêtes collectives énormes, notamment en extérieur grâce à leurs conditions climatiques. Nous allons être amenés de plus en plus à inventer des événements exceptionnels du type de Hors-Série à la Gare Saint-Lazare, avec une emprise sur les lieux publics.

3.4 LES FESTIVALS

Les **festivals** spécialisés en musiques électroniques évoluent depuis leurs débuts dans le cadre du spectacle vivant. **Ils souhaitent être reconnus comme des lieux où les artistes produisent une œuvre originale, même lorsqu'elle utilise comme matière première des œuvres existantes.** La revendication sous-jacente est d'entériner définitivement l'apport culturel majeur dont ils font preuve sur leur territoire, sans distinction des autres festivals de musiques actuelles, notamment en termes d'accueil et de facilitation des démarches administratives ou de sécurité, sur lesquelles les exigences sont encore bien souvent de coutume plus fortes que sur des festivals positionnés sur d'autres esthétiques.

En cela encore, on peut faire un parallèle avec le métal, qui a prouvé par exemple à Clisson avec le Hellfest, au comportement exemplaire et extrêmement convivial de son public, que la défiance qu'il a connue lors de son implantation n'était pas fondée. De même, les festivals de musiques électroniques souhaitent se débarrasser définitivement des scories de la répression appliquée aux raves des débuts de la techno en France dans les années 90. Et montrer à quel point ils répondent aux attentes actuelles du public et partant sont des acteurs privilégiés de l'évolution de la société contemporaine.

Enfin, d'un point de vue économique, la structure des festivals en France est particulière. Elle oscille principalement entre des festivals de taille moyenne à grosse. Cependant, les énormes festivals de dance music qui existent dans le reste de l'Europe ou aux Etats-Unis, dont le plus célèbre est Tomorrowland, créé en Belgique par l'opérateur hollandais ID&T en 2005 et désormais propriété de l'américain SFX Entertainment, qui accueille des centaines de milliers de spectateurs et se décline en Amérique et au Brésil, n'ont pas réussi à pénétrer le marché français. **L'exception culturelle joue toujours son rôle, notamment avec la loi Evin de 1991, qui en contraignant fortement la publicité sur le tabac et l'alcool, empêche les grands alcooliers de financer entièrement ces festivals mastodontes, comme ils le font dans le reste de l'Europe.** Même s'ils se multiplient, les gros festivals français, qui dominent l'événementiel électronique, sont donc bien moins gros que les mega-festivals européens ou américains. Il n'en reste pas moins que l'un des enjeux est de réussir un maillage harmonieux des festivals sur le territoire hexagonal.

BOOKER THE TALENT BOUTIQUE: PIERRE BLANC

♦ **Quelle est l'influence de la multiplication des festivals de musiques électroniques ?**
Les offres de cachets sont meilleures en festival mais il est difficile de prévoir jusqu'où la progression va aller. Aujourd'hui il y a plus de festivals mais cela a tendance à dissoudre un peu les capacités des petites initiatives de survie (petites salles, petits promoteurs...). À la grande époque d'Ed Banger, dont mon associé d'alors gérait les tournées, on pouvait jouer partout en France. Le risque de la multiplication des festivals est d'assécher les scènes locales, car ce sont les clubs qui les développent à l'année. Avec la concurrence des festivals, les propriétaires de clubs sont moins enclins à investir dans la nouveauté. On constate par conséquent le développement des collectifs : tout le monde devient un peu promoteur, c'est plus risqué, mais c'est la seule solution.

♦ **Le développement de l'offre de festivals va-t-il se poursuivre ?**
Les jeunes spectateurs qui ont déjà assisté à des événements plusieurs fois dans le même hangar ont envie d'autre chose. À Concrete, on est à un mètre du DJ. Au Weather, le DJ est sur une scène lointaine mais sans le charisme d'un groupe. Ces scènes bénéficient souvent d'une production lumière et de scénographie, mais aléatoire. Les modèles ont beaucoup évolué : les festivals doivent



Nom	Pierre Blanc
Profession	Producteur de spectacles / tournées
Société	The Talent Boutique
Booking	Pedro Winter, Para One, Daniel Avery, Jamie XX, London Grammar, Metronomy, Benjamin Clementine, Django Django, Yelle...
Date de création	2004
Nombre d'employés	7
Autres activités	festivals, promoteurs, apporteurs d'affaires

trouver leur singularité pour fidéliser leur public, même si la programmation est moins forte d'une année à l'autre. Pour reparler de Weather, la création du concept Hors-Série (événement à la Gare Saint-Lazare à Paris en septembre 2016, NDLR) est intéressante comme réflexion face à l'historique de Weather. Les modèles qui associent club et festival, comme Concrete et le Weather à Paris ou Nuits Sonores et Le Sucre à Lyon, sont de super laboratoires pour développer des artistes. D'autant plus quand s'y ajoute un booker (respectivement Concrete Booking et A.K.A.).

♦ **Quelles sont les implications sur votre métier de tourneur ?**
Le cœur du métier reste le développement de tournées, la production de spectacles. Mais il y a une tendance à la diversification horizontale de ce que l'on peut proposer à nos artistes. Cela nécessite de connaître des marques, trouver des partenaires, avoir un petit club et un bon booker. Nous prenons aussi des participations dans des festivals, soit en nous associant à des structures déjà

existantes dans lesquelles nous pouvons intervenir à différents niveaux (programmation déléguée comme aux Plages de Rock à Grimaud) et avec lesquelles nous partageons une même vision de développement, soit en créant des festivals seul ou à plusieurs (We Love Green à Paris, L'Édition à Marseille).

♦ **De quelle manière administrez-vous vos artistes ?**
Tous nos artistes, français ou internationaux, sont déclarés en intermittents du spectacle. Il peut y avoir à côté des systèmes de facturation, pour certains artistes que nous ne salarions pas nous-même mais avec lesquels nous avons un contrat de mandataire, de représentation exclusive. Ce sont souvent des artistes qui produisent des disques, parfois ont un label, composent des musiques de films, etc. bref qui ont une gestion de projets multiples et qui ont la capacité de structurer leur business. Ça peut être intéressant à partir d'un certain niveau d'activité, mais il faut commencer par l'intermittence, pour la couverture, la sécurité sociale, les feuilles de paie, etc.

3.5

LA PÉRENNISATION DES STRUCTURES CULTURELLES

Les structures qui accueillent les artistes et les musiques électroniques, qui constituent le catalyseur de leur développement, s'organisent en un tissu de tailles et de raisons sociales variées. La pérennité de ces acteurs culturels ne coule pas de source, et à l'étude de plusieurs modèles en présence, le besoin se fait sentir d'en renouveler les infrastructures.

On peut considérer aujourd'hui que, du collectif ou du très petit club, organisés en associations ou même informels, aux agences d'évènementiel pour lesquelles les musiques électroniques ne sont qu'une activité parmi d'autres, il existe deux axes principaux de fonctionnement. Un premier modèle, de tradition culturelle historiquement française, a recours au financement public, par l'attribution de subventions par les institutions ou les collectivités locales. Un second modèle s'organise autour d'acteurs économiques très puissants, qui acquièrent lieux, événements et catalogues artistiques, concentrant l'intégralité de la chaîne de production (Fimalac, Live Nation, Bolloré, Lagardère, etc. sont arrivés récemment dans le monde de la culture, après celui des médias).

Entre le premier modèle qui est en perte de vitesse en raison de la pression existante sur les finances publiques, et le second dont les intérêts financiers ne sont pas forcément compatibles avec un développement culturel à long terme, le souhait de la création d'une troisième voie se fait sentir. Elle appelle la redéfinition des modèles économiques des structures culturelles, garantes de l'émergence des nouvelles générations d'artistes et d'agents, qui sont le terreau du futur des musiques électroniques.

La réponse culturelle aux défis actuels peut être collective et embrasser l'innovation qui anime l'ensemble du monde du travail, de l'économie et plus largement de la société. Les solutions de demain résident peut-être dans la capacité à inventer de nouveaux modèles : co-working, syndication de micro-structures, solutions hybrides public/privé notamment via une intégration raisonnée des marques et de *l'endorsement*, ni totalement subventionnés ni totalement profitables.

Des idées d'incubateurs sont en chantier à Lyon ou à Paris, à la suite de ce qu'ont pu préfigurer le Mila ou la Gaîté lyrique à Paris, mais principalement dédiées aux cultures électroniques.

Homme
Profession
Société
Date de création

Vincent Carry
Directeur
Arty farty / Sucre / Nuits sonores
2003

ENTREPRENEUR ARTY FARTY VINCENT CARRY

♦ Quelles sont pour vous les évolutions marquantes des musiques électroniques en France ces 3 dernières années?

La culture électronique est devenue à la fois mature et très populaire. Très populaire car elle ne s'est jamais adressée à autant de monde, tout en restant globalement très pointue. La bataille de la culture électronique est gagnée chaque week-end, dans toutes les villes de France, tant les autres esthétiques ont semblé prises de court par ce phénomène sidérant.

Mature parce que précisément il semblerait qu'on sorte enfin du monothéisme techno et que la musique électronique, qui commençait à sérieusement tourner en rond depuis 3 ans, soit en train de trouver des portes d'ouverture, notamment vers la sono mondiale, la culture queer, les démarches artistiques transdisciplinaires, le rapport musique-images, etc...

♦ Comment un festival de musiques électroniques préserve-t-il son originalité?

À la fois par son format et sa programmation. Sur le format, l'ambition de Nuits sonores a été dès le départ de sortir de l'unité de lieu et de temps. Nous avons cultivé un modèle de mobilité, de parcours, de multiplicité de sites, tout en privilégiant des lieux du patrimoine, révélé ou industriel. Depuis, nous n'avons cessé de nous réinventer, notamment en *diggant* de nouveaux lieux et de nouveaux concepts. Sur la programmation, seul le mélange d'indépendance totale et d'intransigeance peut garantir la singularité. Sur ce terrain nous nous sentons malheureusement de plus en plus seul.

♦ Comment se caractérise la nouvelle scène française?

Elle ne connaît pas sa plus grande heure de gloire, mais elle tente de se défendre, parfois avec panache, un peu comme la France à l'Euro ou aux JO. Sa principale caractéristique est intra-hexagonale: Paris a totalement perdu le leadership français, contrairement à ce

qu'on essaie de nous faire croire. C'est une bonne nouvelle ! La scène est infiniment moins centralisée et donc beaucoup plus atomisée, avec des foyers très intenses, notamment à Lyon.

♦ Quels sont les enjeux de demain?

Que les acteurs culturels réellement indépendants soient soutenus dans leur développement économique, territorial, social. Car dans le paysage culturel de 2016, ils sont la seule garantie de préservation de la diversité, de l'intérêt général, de la créativité et de l'innovation culturelle pour les 20 prochaines années. Ce défi ne sera relevé ni par le secteur culturel institutionnel, bien trop occupé à préserver ses acquis et à survivre à la baisse (relative) des financements publics, ni par le secteur de l'entertainment culturel capitalistique, qui investit le secteur créatif non pas par souci d'intérêt général, mais par espoir de rentabilité. Comme les médias, la culture est un outil puissant de *soft power*. C'est donc tout sauf un hasard si les grands groupes que nous connaissons y mettent leurs pattes avec intérêt.

CONCLUSION

À l'approche de la 3^e décennie de notre jeune millénaire, si l'on peut sans tergiverser affirmer que les cultures liées aux musiques électroniques infusent et même transforment l'ensemble des sociétés mondiales, il faut aussi reconnaître qu'elles recouvrent des réalités et des pratiques variées.

De nombreux styles musicaux cohabitent avec plus ou moins de perméabilité sous la bannière des musiques électroniques, trop large pour qu'on ne réduise ses pratiques et ses « tribus » à un écosystème uniforme. Sans tomber dans l'excès inverse d'une atomisation à laquelle la multitude de styles musicaux pourrait conduire, on constate aisément **la co-existence de deux segments distincts, voire antagonistes : la techno/house d'un côté, la dance music de l'autre**. Le terme EDM a été soigneusement évité tout au long de cette étude, préférant parler de dance music, non pour s'en défaire, mais parce qu'il est devenu l'étendard de crispations et de clivages esthétiques, que cette étude n'a pas pour vocation de résoudre. L'agnosticisme stylistique a été opté dans le but de présenter l'écosystème des musiques électroniques avec le plus d'objectivité possible, pour que chacun puisse en avoir une lecture la plus claire.

Il en ressort que ces deux segments fonctionnent selon leurs caractéristiques propres, qui ne se croisent jusqu'à présent pas, même s'il n'est pas possible de dire s'il en sera toujours ainsi dans le futur, en raison de la propension extrêmement évolutive de ces cultures jeunes et très connectées. En France, on constate que l'économie du monde de la techno/house repose en très grande partie sur le live (festivals et clubs), consommé par des publics croissants, jeunes, connectés et érudits. Ses diffusions sont par contre quasi nulles (dans les médias et les discothèques généralistes) et ses ventes résiduelles, dans une économie du streaming majoritairement gratuit. À l'inverse, la dance music génère beaucoup de droits par ses diffusions en médias et discothèques traditionnels, mais est peu présente en live dans les festivals et clubs français. Si elle affiche une belle santé économique, il n'est pas impossible que son développement récent et spectaculaire atteigne un palier, sans aller jusqu'à parler de bulle, comme tendraient à le montrer récemment la stagnation de ses ventes et quelques expériences malheureuses de gros festivals internationaux.

L'un des enjeux français à venir en la matière est l'harmonisation et la pérennisation du tissu national des festivals et des clubs, véritable catalyseur du développement des artistes de demain dans la durée.

L'autre grand enjeu ressort bien évidemment au streaming. La disruption digitale qu'ont amenée les nouvelles formes de distribution de la musique ouvre de nombreuses possibilités, pour autant que l'on puisse en garantir la solidité financière. Les nouvelles s'améliorent sur ce front, même s'il serait bien aventureux de définir un calendrier totalement rassurant en la matière.

L'éventail des possibles offert par les cultures du digital promet néanmoins de nombreuses perspectives d'avenir. Tous les moyens sont réunis sur le territoire pour permettre l'innovation, dans un pays fort d'une culture de start-ups dynamique. Les structures culturelles se réinventent par la mise en réseaux européenne et les incubateurs collaboratifs. Les avancées du big data et du micro-tracking laissent entrevoir une meilleure reconnaissance des œuvres et de leur rémunération. L'évolution plus intuitive des technologies facilite la création et la collaboration des artistes, même à distance. L'ère des objets connectés offre enfin de nouvelles perspectives de distribution et de diffusion, les nouvelles propositions de consommation collaborative de musique ou de diffusion de live à distance, façonnant déjà peut-être les comportements de demain.

Si le bug de l'an 2000 peut symboliser avec ironie une entrée dans le 21^e siècle difficile pour le monde de la musique en général, la prise de pouvoir des digital natives offre pour la première fois dans ce nouveau millénaire des perspectives optimistes aux sociétés modernes. Les musiques électroniques en sont peut-être le meilleur vecteur.

GROUPE DE TRAVAIL

BRUNO BLANCKAERT

Après avoir exercé le métier d'avocat spécialisé dans le droit d'auteur, Bruno Blanckaert prend les rênes du Grand Rex avec Philippe Hellmann dans les années 80.

Ils décident tous les deux d'ouvrir la programmation du Rex Club aux musiques électroniques et à Laurent Garnier dans les années 90, sous l'impulsion de Christian Paulet, directeur du Rex Club, et de son successeur Fabrice Gadeau.

Parallèlement à cette activité, Bruno Blanckaert, après avoir assuré le secrétariat général de la CSCAD (chambre syndicale des discothèques) en prend la présidence au début des années 90.

Avec la CSCAD, Bruno Blanckaert et Rebecca Le Chuiton, la déléguée générale, réussissent à unifier le secteur et à faire reconnaître le rôle et l'importance des discothèques, des cabarets et des salles de spectacles comme des lieux à vocation culturelle, assurant le rayonnement touristique de Paris et de la France (French Touch). Bruno Blanckaert est administrateur et trésorier de la Cinémathèque Française aux côtés de Costa Gavras depuis quelques années.

JEAN-CHRISTOPHE BOURGEOIS

Jean-Christophe Bourgeois rejoint Sony Music Publishing France (SM Publishing) en 1994 afin de créer le service Synchro et Marketing de la société. En 1998, il endosse également le rôle de Directeur Artistique. Il développe un large catalogue d'artistes - allant de Kyo au DJ Laurent Wolf - tout en dirigeant le service Synchro, collaborant entre autre étroitement avec l'agence Euro-RSCG BETC pendant cinq ans pour construire l'image de marque d'Orange autour de différentes synchronisations des Beatles. En 2004, Jean-Christophe Bourgeois est nommé General Manager. A ce poste, il reste responsable des services Synchro et Marketing et continue à signer et développer des artistes de dimension internationale tels que Zaz. En 2010 il ajoute également les fonctions de A&R Director, Continental Europe. Il coordonne à ce titre les services artistiques européens et favorise les collaborations entre auteurs/compositeurs des différents territoires ainsi que leur développement transfrontalier.

Jean-Christophe Bourgeois occupe aujourd'hui le poste de General Manager de Sony/ATV - EMI Music Publishing France. En plus de l'exploitation du catalogue leader du marché qu'il supervise, il assure le développement du répertoire, signant aussi bien des artistes globaux comme Yann Tiersen, Gesafellstein, Yuksek, ou Kadebostany, que des partenariats avec des acteurs locaux (PlayOn, NRJ publishing) ou étrangers (Reverb Music, Reservoir Publishing ...). Il poursuit également sa collaboration avec les artistes qu'il accompagne depuis leurs débuts comme Zaz, Kyo, ou Fredrika Stahl.

En marge de son activité chez SM Publishing, Jean-Christophe Bourgeois est président de la Commission des Variétés de la Sacem. Il est également enseignant à l'EDHEC (Lille) depuis 1998 et est actuellement à la tête du programme « Entertainment » dans le cadre du Master of Science, Creative Business dispensé aux élèves de 3^e année.

VINCENT CARRY

Acteur de la scène musicale indépendante de 1988 à 1997, Vincent Carry devient journaliste cinéma, culture et politique en 1997. Il prend la direction d'Arty Farty en 2002 et crée le festival Nuits Sonores en 2003.

La première édition rassemble près de 16 000 spectateurs au cœur de la Ville de Lyon.

Une décennie plus tard, il en rassemble plus de 130 000.

En 2007, Vincent Carry assure la coordination de la candidature de Lyon au titre de Capitale Européenne de la Culture 2013. Un an plus tard, il devient conseiller artistique du projet de la Gaîté lyrique à Paris, trois ans avant l'ouverture du lieu, en mars 2011. En 2011 également, Nuits sonores est officiellement labellisé et soutenu par l'Union Européenne, permettant la mise en œuvre du projet European Lab, un forum international dédié au futur de la culture. En 2013, il crée la société Culture Next et le Sucre, rooftop et lieu culturel indépendant installé sur le toit d'un immeuble de 1930, la Sucrière. L'année suivante, il rapproche Arty Farty et la maison parisienne Alias pour donner naissance à une nouvelle entreprise de production baptisée AKA.

2015 est l'année de lancement du projet We are Europe, projet européen de grande coopération soutenu pour l'Union européenne qui rassemble 8 festivals et forums dans un programme d'échange et de co-crédation sur trois ans, piloté par Arty Farty. Enfin, il travaille actuellement sur le projet Hôtel 71, creative hub qui ouvrira ses portes en 2017.

MICHEL PILOT

Passionné de musique, Michel Pilot débute dès 16 ans à Blois en tant qu'animateur sur radio Val de Loire, dès la libéralisation de la bande FM en 1981. Il y présente « Le hit des clubs », qui lui fait intégrer le monde de la nuit. Après avoir découvert le DJing en Grèce en 1985, il arrive à Paris où, après un bref passage par France Inter, il prend la direction de la radio FG, pendant les grandes années de la station techno, de 1990 à 1994.

Puis il crée son agence de booking Out Soon, qui l'amène à côtoyer les plus grands DJ, tout en organisant des raves de 1992 à 1995. Il rejoint alors le label Omnisons, distribué par Polygram puis racheté par BMG en 1998. Il monte en 2000 la webradio Technotuner, dont le succès sonnera paradoxalement le glas, le coût de la bande passante étant à l'époque très élevé. Il prend alors en charge le digital du distributeur Nocturne, ainsi que la collection BD Jazz. C'est donc naturellement qu'à la fermeture de Nocturne en 2004, il rejoint la maison d'édition de BD Glénat, dont il est responsable de l'événementiel jusqu'en 2011.

Par ailleurs très proche de Jack Lang, qu'il a rencontré à Blois, il est devenu son conseiller permanent pour les musiques électroniques, dès ses premières réflexions sur la Techno Parade en 1996. Quand Jack Lang souhaite faire entrer les musiques électroniques à l'Institut du Monde Arabe, qu'il dirige depuis 2013, Michel Pilot se rapproche de Surprise (Concrete, Weather Festival). Il intègre la structure fin 2014 et en est désormais secrétaire général, et conseiller du président Aurélien Dubois.

CHRISTIAN DE ROSNAY

Titulaire d'une maîtrise en droit privé après des études à Paris XII Diderot et Paris I Sorbonne et d'un MBA spécialisé «luxury brand marketing and international management» (Sup de Luxe/EDC - Paris), Christian de Rosnay a rejoint l'ADAMI en 2000 où il a successivement occupé les postes de juriste conseil, directeur juridique par intérim et directeur juridique adjoint en charge des affaires internationales.

Il crée en 2007 avec Grégoire Corman, RIGHTBACK, société spécialisée dans la collecte de droits voisins.

Il est également le fondateur de la société ETENDARD MANAGEMENT, société spécialisée dans le management d'artistes (Justice, Kavinsky, Sebastian, Dj Pone, Woodkid, etc.).

TOMMY VAUDECRANE

Du djing à travers le monde à l'organisation d'événements, Tommy est un activiste passionné de musiques électroniques depuis plus de 20 ans. Il débute sa carrière en tant que DJ en 1993, puis crée le groupe BudBurNerZ en 1997, avec qui il produit une vingtaine de vinyles et 6 albums. Les performances dans les plus grands événements s'enchaînent et le groupe devient rapidement une référence de la techno hardcore à la française. Son insatiable envie de répandre le virus des musiques électroniques alternatives le mène à l'organisation d'événements avec le collectif Party Uniq qu'il crée et avec qui il organisera près d'une centaine d'événements entre 2005 et 2015 avec notamment les soirées Megarave à l'Élysée Montmartre, Le Grand Méchant Beat à Glazart et de nombreux autres projets à La Java, au Cabaret Sauvage, en province ou encore en Belgique et en Espagne.

En 2010 Tommy est élu co-président de l'association Technopol aux côtés d'Henri Maurel, activiste reconnu des musiques électroniques et fondateur de Radio FG. Son engagement pour les musiques se politise et il portera la présidence de l'association avec une volonté de changement et de développement, avec notamment la création de la Paris Electronic Week, le premier événement français dédié aux professionnels des musiques électroniques.

En Septembre 2016, il est également nommé Responsable de Programme à la Gaîté Lyrique, après avoir accompagné la nouvelle équipe retenue par la Ville de Paris tout au long d'un appel d'offre de 10 mois.

Tommy occupe également un poste à la Direction Générale du Groupe de communication et de marketing Révolution 9.

REMERCIEMENTS

Merci à vous tous

Antoine Badue | FG
 Patrice Bardot | TSUGI
 Renaud Barillet | BELLEVILLOISE
 Pierre-Laurent Barneron | UBLO/BATOFAR/IBOAT
 Manu Barron | SAVOIR FAIRE/BROMANCE
 Nora Benabdallah | MAIRIE PARIS
 Guillaume Benfeghou | ALLO FLORIDE/POSITIV
 David Bergo | NATIVE INSTRUMENT
 Alexis Bernier | TSUGI
 Pierre Blanc | THE TALENT BOUTIQUE
 Etienne Blanchot | VILLETTE SONIQUE
 Bruno Blanckaert | CSCAD
 Fabrice Bonniot | IESA/TECHNOPOL
 Jean-Christophe Bourgeois | SONY/ATV
 Gaétan Bouvachon | LE SUCRE/NUITS SONORES
 Jean-Louis Brossard
 | TRANSMUSICALES DE RENNES
 Antoine Buffard | TRAX
 Vincent Carry | ARTY FARTY/NUITS SONORES
 Antonie Cartier | SNEP
 André Cayot | DGMIC
 Alexandre Cazac | INFINE
 Thierry Charlois | MAIRIE PARIS
 Chloé
 Suzanne Combo | GAM
 Fany Coral | KILL THE DJ
 Brice Coudert | CONCRETE
 Donatien Cras de Belleval | CRACKI
 Danton Eeprom
 Christian de Rosnay | ETENDARD MANAGEMENT
 Franck de Villeneuve | SPAME
 Franck Decoudun
 Charlotte Decroix | HMS
 Fabrice Desprez | PHUNK
 Alvaro Diez Alfonso | SGAE
 Yuri Dokter | DJMONITOR
 Aurélien Dubois | WEATHER
 Sabine Duthoit | N.A.M.E
 Xavier Ehretsmann | LA SOURCE
 Fantin | LA MAMIES
 Micky Faria | VODOO ARTISTS BOOKING
 Thomas Ferrare | SONY
 Stéphanie Fichard | KILL THE DJ
 François X
 Fabrice Gadeau | REX
 Paolo Galli | GFK
 Jérémy Galliot | FEDERATION HIERO LIMOGES
 Guillaume Heintzmann | ALTER-K
 Frédéric Hocquard | MAIRIE PARIS
 Ashley Howard | PRS FOR MUSIC
 Jacques
 Christian Jansen | BUMA
 Alexandra Jouclard | JOUCLARD AVOCATS
 Raphi Khalifa | LA RAFINERIE/WANDERLUST

Fabrice Kost | NRJ
 François Kraft | MACKI
 Kungs
 La Mverte
 Eric Labbé | MINUIT UNE/ZIGZAG/YOYO-LA CLAIRIERE
 Olivier Lefebvre | ELSE\TBWA
 Les étudiants de Fabrice Bonniot | IESA
 Guillaume Mangier | KRAKATOA
 Yannick Matray | INFINE
 Jean-Christophe Mercier | BELIEVE
 Mathilde Michel | FRANCE TV/CULTUREBOX
 Ali Mouhoub | YACAST
 Théo Muller | MIDI DEUX
 Alex Nebout | POLYDOR/UNIVERSAL
 NSDOS
 Para One
 Michel Pilot | SURPRIZE
 Romain Pouillon | BEATPORT
 Laurent Queige | WELCOME CITY LAB
 Ludovic Rambaud | DJ MAG
 Samuel Raymond | FREEFORM
 Arnaud Rebotini
 Marc Resplandy | LA MACHINE/75021/SNTWN
 Gildas Rioualen | ASTROPOLIS
 Andreas Rizek | SOCAN
 Franck Rodi | APRÀ
 Rone
 Marie Sabot | PEACOCK/WE LOVE ART
 Leroi Shillingford | NRJ
 Guillaume Sorge | RED BULL
 Franz Steinbach
 | KIOSQUORAMA/PIERROTS DE LA NUIT
 Gilles Saignard | DEEZER
 Peggy Szkudlarek | LA MACHINE/DIF
 Edouard Taieb | UNITY GROUP
 Teki Latex
 Michael Tordjman
 Adrien Utchana | OTTO10
 Stéphane Vatine | LA MACHINE
 Tommy Vaudecrane | TECHNOPOL
 Christophe Vix-Gras | LE ROSA BONHEUR
 Pedro Winter | ED BANGER
 Philippe Zdar

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

© Marc CHESNEAU/Sacem, Raphael DAUTIGNY,
Caroline DELOFFRE, Cindy GODARD,
Karl HAB, Edwige HAMBEN, Tom Mc GEEHAN,
Romain STAROS, Julien VACHON et droits réservés.

CONCEPTION

BelleVille 2016

photographie en couverture © Tendance Floue – Gilles Coulon

SOCIÉTÉ DES AUTEURS, COMPOSITEURS
ET ÉDITEURS DE MUSIQUE |

sacem 