

# MUSIQUES ACTUELLES : PARCOURS D'ARTISTES EN REGION HAUTS-DE-FRANCE

## ACTIVITES ET CONDITIONS DE VIE DES MUSICIENS

### CONTEXTE

La présente enquête porte sur les musiciens du secteur des musiques actuelles, professionnels et amateurs<sup>1</sup>, résidant en région Hauts-de-France. Elle vise à mieux comprendre le(s) parcours de musiciens et à identifier les éventuels besoins et manques afin d'alimenter une réflexion permettant d'améliorer et d'approfondir les actions menées sur le territoire.

Le premier fascicule de cette enquête a mis en exergue le profil général des musiciens en région et a souligné l'engagement de ces artistes dans leur pratique, à travers la formation notamment. Il a également révélé des déséquilibres auxquels il convient d'être vigilant.

### METHODOLOGIE

Afin de recueillir un nombre important de données, un questionnaire en ligne a été transmis aux musiciens via un large réseau d'acteurs : structures de diffusion, studios de répétition, écoles de musique, sociétés civiles, etc. 532 musiciens ont participé à l'enquête, et 517 questionnaires ont été conservés après retraitement et contrôle de

Avec cette seconde publication, il s'agit de décrire plus précisément les activités des musiciens, les modalités de leur mise en œuvre sur le territoire régional et les revenus qu'elles génèrent pour les artistes. Le dernier fascicule portera sur l'accompagnement des musiciens et les enjeux pour la filière<sup>2</sup>.

Le Patch, pôle des musiques actuelles en Picardie, est engagé depuis plusieurs années dans une démarche d'observation de son secteur d'activités. Il a réalisé ce travail en partenariat avec le RAOUL – réseau musiques actuelles Nord-Pas-de-Calais.

cohérence des réponses. Le questionnaire est inspiré d'enquêtes similaires conduites dans d'autres régions (Pays de la Loire, Centre-Val de Loire) dans un souci d'échange et de comparaison des données. Un groupe de travail composé d'adhérents du Patch a suivi et accompagné l'ensemble de cette enquête.

1. Est considéré dans cette enquête comme artiste professionnel, tout musicien tirant principalement ses revenus de la musique, indépendamment de son statut. Pierre François précise qu'on « retient en général que le professionnalisme correspond à l'exercice d'un métier, fondé sur une compétence dont la rémunération suffit à attester l'existence » (Qu'est qu'un musicien ? Professionnels et amateurs, in Nattiez, J.-J. (dir.), *Musiques. Une encyclopédie pour le XXI<sup>ème</sup> siècle. Volume 2 : les savoirs musicaux*, Paris/Arles, La Cité

de la musique / Arles, p. 585). Est artiste amateur au regard de la loi, toute personne qui pratique seule ou en groupe une activité artistique à titre non professionnel et qui n'en tire aucune rémunération.

2. La publication du troisième fascicule est prévue en juin 2017. Vous pouvez retrouver le premier fascicule sur [www.le-patch.net](http://www.le-patch.net).

# LES PROJETS MUSICAUX

## PROJETS MUSICAUX



**2,3 PROJETS PAR MUSICIEN  
EN MOYENNE**



**4,3 PROJETS  
PAR PROFESSIONNEL  
EN MOYENNE**



**1,7 PROJETS  
PAR AMATEUR  
EN MOYENNE**

## EFFECTIFS DES PROJETS MUSICAUX



**PLUS DE LA MOITIÉ  
DES PROJETS EST COMPOSÉE  
DE 4 MUSICIENS**

## LE PARCOURS DES MUSICIENS AU SEIN DES PROJETS MUSICAUX

Au sein du secteur des musiques actuelles, la notion de « groupe » est très présente pour décrire la collaboration ou l'association de plusieurs artistes autour d'un même projet musical. Pour rappel, l'échantillon de cette enquête est constitué de 517 musiciens. En moyenne, **les répondants se sont impliqués dans 2,3 projets musicaux** (en solo ou en groupe) en 2015. Mais la médiane révèle que la moitié des musiciens n'ont qu'un seul projet.

Le statut de l'artiste et l'esthétique principale pratiquée influent sur ces données ; en effet, **les professionnels sont davantage impliqués dans une diversité de projets musicaux** (4,3 en moyenne) que les amateurs (1,7 en moyenne). De la même manière, les musiciens de jazz et de musiques improvisées développent leurs activités artistiques au sein de plusieurs projets (4,9 en moyenne) là où les artistes inscrits dans le hip-hop, le métal ou les musiques électroniques se concentrent sur un nombre plus restreint de projets (en moyenne de 1 à 1,5 selon les esthétiques).

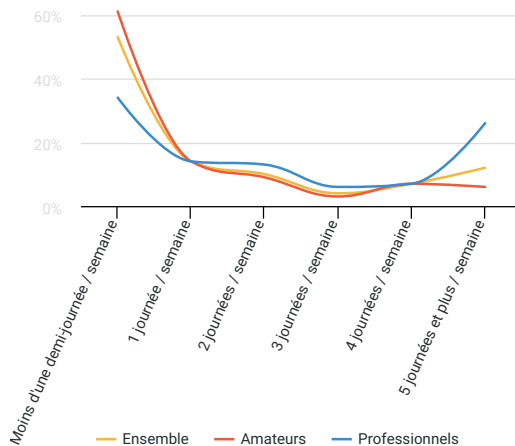
### Le statut de l'artiste et l'esthétique musicale influent sur le nombre de projets dans lesquels les musiciens sont impliqués

En élargissant la période d'observation, on constate l'importance de la multiplicité des projets musicaux. **Depuis leurs débuts, les répondants ont pratiqué en moyenne dans 7,1 projets** ; ce chiffre atteint même 12,8 projets en moyenne pour les musiciens professionnels. La pérennité de l'ensemble de ces projets est relative car **seulement 33% d'entre eux existaient toujours en 2015**. Cette dimension éphémère de la vie des projets souligne le caractère mouvant dans lequel les musiciens évoluent.

Le nombre moyen de musiciens par projet s'établit à presque 6 personnes<sup>1</sup>. Mais la médiane permet de mieux appréhender cette variable : **la moitié des répondants joue au sein de projets composés de plus de 4 personnes**. Toutefois, ces données sont corrélées au style musical principal des artistes. Par exemple, les musiciens des musiques traditionnelles, des musiques du monde ou du jazz font partie de projets aux effectifs importants (respectivement : en moyenne 13,2 / 7,2 / 6 personnes). Par contraste, les artistes pratiquant des musiques électroniques ou du hip-hop intègrent des projets composés respectivement de 2,4 et 3,6 personnes en moyenne.

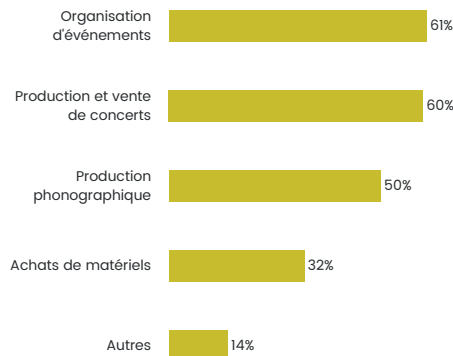
<sup>1</sup>. Plusieurs artistes intégrés à des orchestres ou de grandes fanfares tirent la moyenne vers le haut.

## INVESTISSEMENT TEMPOREL



Lecture : 26% des professionnels ayant créé une structure de gestion ont consacré 5 journées et plus par semaine à cette structure (contre 6% des amateurs et 12% dans l'ensemble).

## FINALITÉS DES STRUCTURES DE GESTION



## L'IMPLICATION DANS DES STRUCTURES DE GESTION

Les musiciens ont parfois recours à la création de structures juridiques sur lesquelles ils s'appuient afin de développer leurs projets. Parmi l'échantillon, 57% des musiciens ont participé à la création d'une ou plusieurs associations et/ou d'entreprises en lien avec leurs projets musicaux. Ce chiffre s'élève même à 70% parmi les musiciens professionnels.

Si la moitié des répondants consacrent moins d'une demi-journée par semaine à la gestion de ces structures, 23% y consacrent 3 jours ou plus de manière hebdomadaire<sup>1</sup>. Ces éléments marquent un investissement important des musiciens au sein de leur(s) projet(s).

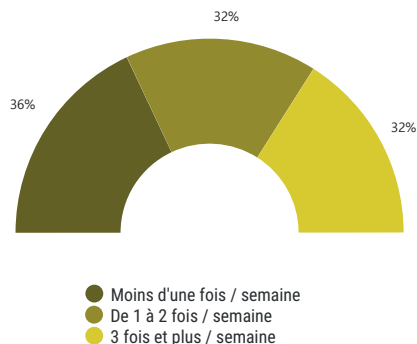
### 57% des musiciens ont créé au moins une association ou une entreprise en lien avec leurs projets musicaux

Ces structures animées par les répondants ont pour finalité principale l'organisation d'événements, la production et la vente de concerts. Mais elles ont également un rôle important dans la production phonographique et l'achat de matériels techniques et d'instruments de musique. Dans une moindre mesure, elles permettent d'organiser des activités d'enseignement de la musique.

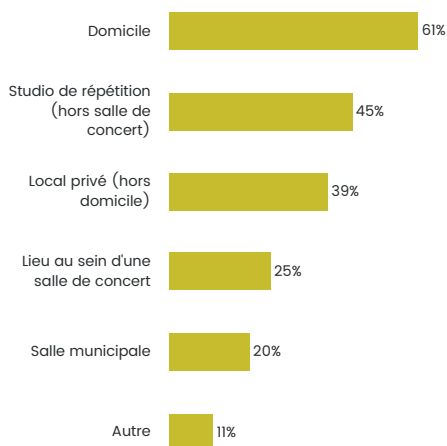
Cette implication des musiciens dans ces associations et entreprises est pour 68% d'entre eux une volonté. Mais 29% des artistes souhaiteraient être libérés de ces tâches ; c'est encore plus vrai pour les musiciens professionnels qui sont 43% à vouloir déléguer ces activités à une tierce personne ou structure.

<sup>1</sup>. Parmi les musiciens professionnels ayant créé une structure, 39% consacrent 3 jours et plus par semaine à la gestion de ces structures.

## FRÉQUENCE DES RÉPÉTITIONS



## LIEUX DE RÉPÉTITION



Lecture : 45% des musiciens ont répété dans des studios de répétition en 2015.

## LA RÉPÉTITION

La répétition constitue un moment clef dans le travail du musicien<sup>1</sup>. Elle est plus ou moins fréquente : 36% des musiciens répètent moins d'une fois par semaine, 32% de 1 à 2 fois et 32%, 3 fois et plus. De manière logique, les artistes professionnels sont proportionnellement plus nombreux à répéter 3 fois et plus par semaine (42%).

Concernant les lieux de répétition, on observe une hétérogénéité des pratiques, notamment en fonction des territoires. Le domicile reste le lieu privilégié de répétition pour 61% des musiciens qui y ont répété au moins une fois. Mais seuls **17% des artistes n'ont répété qu'au sein de leur domicile sans utiliser d'autres lieux de répétition**. Cette variable est éclairante lorsqu'on l'analyse par territoire : 24% des répondants de l'Oise et 21% de la Somme ne répètent qu'à domicile contre par exemple 13% des musiciens du Nord. Cela rend compte de l'attraction des musiciens par la capitale et témoigne également des problématiques relatives à la répétition, étudiées notamment dans l'état des lieux intitulé *Locaux de répétition en région Hauts-de-France* réalisé en 2016 par le RAOUL. On peut également émettre l'hypothèse d'un problème de communication autour de ces activités auprès des publics potentiels.

## Près d'un tiers des artistes répètent 3 fois et plus par semaine

Par ailleurs, **la distance qui sépare les lieux de répétition des musiciens donne à voir une autre forme de l'engagement de ces derniers dans leur pratique**. 66% des musiciens répètent dans des lieux situés à moins de 10 km de leur domicile. Mais 21% des artistes déclarent parcourir 20 km et plus pour rejoindre leur lieu principal de répétition.

**Le niveau de satisfaction des conditions de répétition atteint 82%, avec des différences territoriales marquées**. Par exemple, dans le Pas-de-Calais, le niveau de satisfaction est moins important (70%) mais c'est également dans ce département que les musiciens parcourent en moyenne la plus longue distance (30 km) pour se rendre dans leurs lieux de répétition.

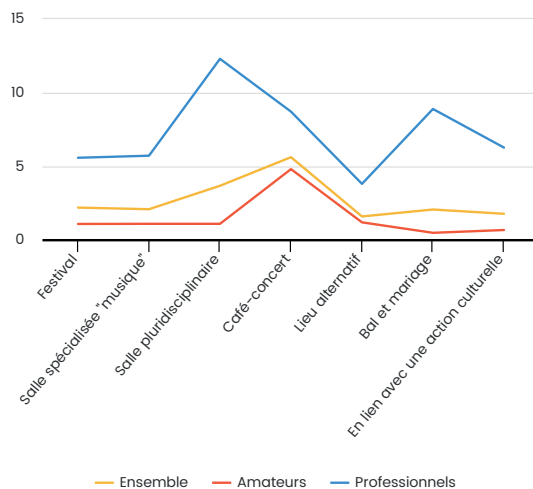
<sup>1</sup> La répétition peut être définie comme « les actes réguliers consacrés au travail musical d'un musicien ou d'un groupe de musiciens tant pour des phases de création que d'organisation d'un morceau ou d'un répertoire musical ». Bouron Gaël, Sourisseau Réjane, *Le studio de répétition en musiques actuelles et amplifiées*, Les Repères de l'Avisé / Opale, 2005.

## FOCUS : DIFFUSION SUR SCENE

### NOMBRE DE REPRÉSENTATIONS EN 2015



### REPRÉSENTATIONS PAR TYPE DE LIEUX



Lecture : Les professionnels se sont produits 9 fois en moyenne dans un bal ou un mariage en 2015 (contre moins de 1 fois en moyenne pour les amateurs).

### LA FRÉQUENCE DES CONCERTS

L'interprétation de la musique sur scène est l'une des activités importantes des artistes de cette enquête. Ce que l'on regroupe parfois sous le terme de « diffusion » fait l'objet de spécificités selon que le musicien soit amateur ou professionnel. Si en moyenne les amateurs se sont produits 12 fois sur scène en 2015, les professionnels ont effectué 41 représentations sur la même période. Ces chiffres ne doivent pas masquer **une réelle implication des amateurs dans la diffusion** ; ils sont 21% à avoir participé à plus de 20 concerts en 2015.

Ces données varient de manière importante en fonction des esthétiques pratiquées. En moyenne, les artistes s'étant le plus produits sur scène en 2015 sont issus des musiques traditionnelles, du jazz et des musiques improvisées mais aussi des musiques du monde. A l'inverse, **les artistes les moins présents sur scène évoluent dans les musiques électroniques, le métal ou encore le hip-hop**<sup>1</sup>.

Le nombre de représentations gratuites et payantes déclarées au Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV) par les organisateurs augmente de manière constante depuis plus de 10 ans<sup>2</sup>. Depuis ces 5 dernières années, l'ensemble des répondants estime jouer autant (22%) voire davantage (47%). Cependant **42% des professionnels déclarent moins se produire**, ce qui s'explique en partie par la baisse de la fréquentation et des recettes moyennes de billetterie des représentations payantes<sup>3</sup>.

### LES LIEUX DE DIFFUSION

L'activité de diffusion se déploie à différentes échelles sur les territoires. La proximité géographique du lieu de vie et de pratique des artistes influe sur les aires de diffusion ; en effet, 70% des répondants se sont produits dans leur agglomération d'origine, ce chiffre atteignant même 75% en ce qui concerne leur région d'origine. On peut souligner la **particulière mobilité des musiciens professionnels dont les trois quarts diffusent leur musique au niveau national** et près de la moitié au niveau international.

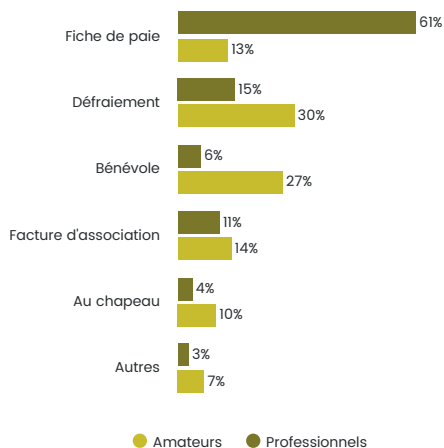
La typologie des lieux dans lesquels se produisent les musiciens diffère fortement entre les amateurs et les professionnels. Pour autant, le café-concert reste un des

1. Ces musiques sont pourtant particulièrement appréciées chez les jeunes (47% pour le hip-hop et 38% pour les musiques électroniques en Pays de la Loire). Cf. Claire Hannecart / Le Pôle, *Rapports des jeunes à la musique à l'ère numérique*, Le Pôle / Muzazik, 2015.

2. Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, *Chiffres clés – Statistiques de la culture et de la communication*, 2016.

3. Ibid.

## PRATIQUES DE RÉMUNÉRATION



Lecture : 27% des amateurs se sont produits de manière bénévole en 2015 (contre 6% des professionnels).

espaces privilégiés de la diffusion des musiciens dans leur ensemble : 68% des répondants y ont joué en 2015. C'est aussi un **maillon central mais fragile de la diversité culturelle dans les territoires**<sup>1</sup>. Du côté des professionnels, les lieux de diffusion pluridisciplinaire, les bals et les mariages réunissent le nombre moyen de concerts le plus important. Viennent ensuite les salles spécialisées dans le domaine musical, les festivals et les représentations dans le cadre d'actions culturelles. On note ici la nécessaire diversification des espaces de diffusion, notamment dans des lieux parfois éloignés de la sphère artistique, mais qui se révèlent rémunérateurs. Les amateurs se produisent principalement dans les cafés-concerts et les autres types de lieux de diffusion réunissent un nombre moyen de représentations homogène.

Enfin, **le type de lieux de diffusion reste sensible aux logiques territoriales**. Par exemple, les musiciens implantés dans les départements de l'Aisne et du Pas-de-Calais se sont en moyenne produits moins de 0,5 fois en 2015 dans une salle spécialisée dans le domaine musical (contre 2 fois au niveau des Hauts-de-France). Pour rappel, le « plan SMAC<sup>2</sup> » du ministère de la Culture et de la Communication prévoit l'implantation d'au moins un établissement de ce type par département. En région, l'Aisne et le Pas-de-Calais n'ont à ce jour aucun équipement labellisé SMAC.

## LES MODALITÉS DE RÉMUNÉRATION

L'article L. 7121-3 du Code du travail dispose que « *tout contrat par lequel une personne s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un artiste du spectacle en vue de sa production, est présumé être un contrat de travail dès lors que cet artiste n'exerce pas l'activité qui fait l'objet de ce contrat dans des conditions impliquant son inscription au registre du commerce.* » Malgré ce cadre légal en vigueur en 2015, **seules 61% des représentations effectuées par des professionnels ont fait l'objet d'une fiche de paie, et 13% pour les concerts proposés par des amateurs.**

D'autres modalités de rémunération<sup>3</sup> sont pratiquées : les défraiements ou remboursements de frais qui ne couvrent que les dépenses liées à la représentation (transports, restaurations, etc.), la facturation par une structure associative ou commerciale, la rémunération au chapeau où le client donne ce qu'il estime devoir à l'artiste. Ces trois formes d'échanges financiers se retrouvent principalement chez les amateurs, bien qu'elles existent dans une moindre mesure chez les professionnels également.

1. A l'échelle nationale, le Collectif Culture Bar-Bars et le Groupement d'intérêt public (GIP) Cafés Cultures travaillent sur les problématiques rencontrées par ce type de lieux.

2. SMAC : Scène de musiques actuelles – Label national du Ministère de la Culture et de la Communication.

3. On entend par rémunération le « *prix d'un travail fourni, d'un service rendu* » (définition du dictionnaire Larousse).

## TACHES CONNEXES À LA DIFFUSION



84%  
COMMUNICATION



82%  
LOGISTIQUE



76%  
DÉMARCHAGE



54%  
ADMINISTRATION

## LA PLURIDISCIPLINARITÉ ET LA POLYVALENCE

Les musiciens développent des projets dépassant les frontières disciplinaires. Plus d'un quart des répondants ont participé à des spectacles pluridisciplinaires en 2015. Ce phénomène est encore plus présent chez les professionnels qui sont 49% à avoir participé à ce type de projets artistiques mêlant plusieurs formes (théâtre, performance, ciné-concert, etc.).

**Plus d'un quart des répondants  
ont participé à des spectacles  
pluridisciplinaires en 2015**

Au-delà de leur rôle d'interprète, **les musiciens s'investissent également pour la plupart (97%) dans des tâches connexes à la diffusion** : ils sont par exemple 84% à agir dans le champ de la communication, 82% à assurer la logistique et la technique liées aux concerts, 76% à participer à la recherche de dates et au démarchage de programmeurs et enfin 54% à suivre les aspects administratifs de la diffusion. La majorité des artistes souhaiteraient être libérés de ces missions. C'est encore plus vrai **pour les professionnels : 70% voudraient être déchargés de ces tâches**. Ces données questionnent l'environnement et l'entourage professionnel des musiciens du territoire qui seront abordés dans le troisième fascicule.

## FOCUS : PRODUCTION PHONOGRAPHIQUE

### PRODUCTIONS ENTRE 2012 ET 2015



**70%**  
DES MUSICIENS  
ONT RÉALISÉ AU MOINS  
UNE PRODUCTION PHONOGRAPHIQUE

### NOMBRE MOYEN D'EXEMPLAIRES PRESSÉS



**1174**  
POUR LES  
PROFESSIONNELS



**380**  
POUR LES  
AMATEURS

### LE VOLUME DE PROJETS

Entre 2012 et 2015<sup>1</sup>, 70% des répondants ont réalisé au moins une production phonographique. Ce chiffre atteint même 85% pour les professionnels. Parmi les musiciens ayant réalisé au moins une production phonographique, **87% ont enregistré leurs propres projets artistiques et 36% ont enregistré en tant que « musicien de studio »**. En se concentrant sur le volume de productions, on s'aperçoit de la productivité importante des musiciens qui sont la moitié à avoir enregistré plus de deux projets. Ces enregistrements peuvent rester au format numérique mais également faire l'objet d'un pressage (compact disc et vinyle). En moyenne, les professionnels ont pressé 1174 exemplaires par production, contre 380 exemplaires pour les amateurs.

### LES STRUCTURES DE PRODUCTION ET DE DISTRIBUTION

Pour la réalisation de ces productions, **près d'un quart des musiciens ont travaillé avec au moins un label<sup>2</sup>, ce qui signifie en creux que les trois quarts des artistes ont autoproduit leurs enregistrements**. De manière logique, les professionnels sont plus nombreux (45%) à s'être appuyés sur un label pour la réalisation de leurs projets phonographiques. Parmi les répondants ayant travaillé avec un label, 47% ont même collaboré avec plusieurs labels entre 2012 et 2015.

Depuis 2008, on constate une baisse du marché physique qui profite en partie au marché numérique<sup>3</sup>. Cette tendance se retrouve également en région dans les modalités de distribution de la musique, qui peut être physique (mise en bac des disques) et/ou numérique (avec un agrégateur<sup>4</sup> ou un distributeur digital). Parmi les projets musicaux produits entre 2012 et 2015, **la part<sup>5</sup> de la distribution numérique (84%) dépasse celle de la distribution physique (66%) dans les Hauts-de-France**. On constate aussi que les musiciens s'appuient de manière conjointe sur le numérique et le physique pour la distribution de leur musique. Enfin, la prise en charge directe de cette activité est très forte, puisque 96% des répondants ayant réalisé au moins une production phonographique se sont appuyés sur l'auto-distribution, qu'elle soit physique ou numérique.

1. Les questions relatives à la production phonographique couvrent les années suivantes : 2012 à 2015. Ce choix méthodologique permet de mieux s'adapter aux pratiques de production (qui ne sont pas nécessairement annuelles) et de fournir des données tangibles.

2. Un label est une structure de production phonographique (enregistrement, fabrication, distribution) dont le métier s'axe autour de la constitution et de la commercialisation d'un catalogue d'artistes. Il existe des tailles et des formats très différents de labels ou maisons de disques.

3. Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, *Chiffres clés – Statistiques de la culture et de la communication*, 2016, p. 200.

4. Les agrégateurs se chargent de commercialiser la musique numérique auprès du grand public, en proposant une ou plusieurs types d'offres. Ils se rémunèrent sur les frais de mise en ligne et/ou par un pourcentage des revenus générés.

5. Ici, la part est envisagée en nombre de projets et non en valeurs (euros).



## MODE DE DISTRIBUTION DES PRODUCTIONS



**66%**  
DES PROJETS AVEC UNE  
DISTRIBUTION PHYSIQUE



**84%**  
DES PROJETS AVEC UNE  
DISTRIBUTION NUMÉRIQUE

## COÛT MOYEN DE PRODUCTION



**62%**  
MOINS DE  
3000 €



**22%**  
DE 3000 €  
À 6000 €



**16%**  
PLUS DE  
6000 €

## LE FINANCEMENT DES PRODUCTIONS ENREGISTRÉES

La production phonographique est un **investissement dont les coûts varient fortement, notamment en fonction du statut du musicien**. 62% des productions auxquelles ont participé les répondants ont coûté moins de 3 000 euros, 22% entre 3 000 et 6 000 euros et 16% plus de 6 000 euros. Parmi les productions des musiciens professionnels, 30% ont coûté plus de 6 000 euros et 12% plus de 15 000 euros. Ces chiffres sont relativement faibles si on les met en perspective avec les pratiques habituelles dans le secteur de l'industrie du disque<sup>1</sup>.

### Seuls 49% des professionnels et 11% des amateurs ont reçu une fiche de paie pour l'enregistrement d'une production phonographique

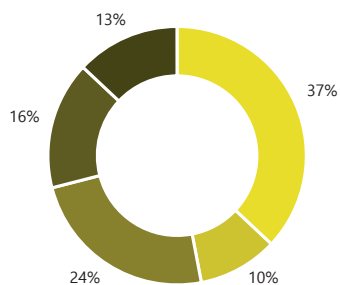
Entre 2012 et 2015, le taux de musiciens ayant perçu une rémunération sous la forme d'une fiche de paie dans le cadre de la réalisation d'une production phonographique s'élève à 23% pour l'ensemble de l'échantillon, à 49% pour les professionnels et à 11% pour les amateurs. Ainsi **l'activité d'enregistrement reste très largement bénévole pour les artistes, y compris professionnels**. Cette situation a des conséquences sur le financement même des productions ; certaines sociétés civiles peuvent par exemple accompagner des projets phonographiques mais à la condition que le producteur soit employeur des interprètes et respecte les minima de la Convention collective de l'édition phonographique.

**Le financement des productions s'appuie en partie sur une participation personnelle des musiciens**. Si pour 49% des répondants, cet investissement est inférieur à 500 euros, il dépasse 1 000 euros pour un quart de l'échantillon, confirmant ainsi la gestion par les musiciens eux-mêmes de leurs projets (autoproduction, autodistribution, autofinancement, etc.).

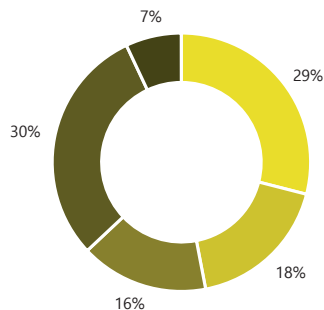
<sup>1</sup>. Afin d'apporter quelques éléments complémentaires permettant de mieux situer ces données, une enquête conduite par le MILA sur les labels en Ile-de-France en 2011 indique que 47% des productions se font avec un budget supérieur à 13 000 € (<http://www.milaparis.fr>).

## LES CONDITIONS DE VIE DES MUSICIENS

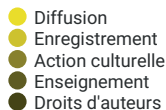
### PART DES REVENUS PAR ACTIVITÉ



#### AMATEURS



#### PROFESSIONNELS



Lecture : les revenus des amateurs issus de l'enregistrement représentent 10% du total des rémunérations perçues pour une activité musicale en 2015.

### LES FORMES PLURIELLES DE LA PROFESSIONNALISATION

En 2015, parmi les 26% de musiciens professionnels, **seuls 55% ont été indemnisés au titre des annexes VIII et X de la convention d'assurance chômage**<sup>1</sup>. Cette donnée révèle en creux les formes plurielles de la professionnalisation des artistes, qui ne se limite pas au régime de l'intermittence. Elle invite à penser le métier de musicien dans une approche élargie, notamment sur le volet de la formation professionnelle. Par ailleurs, tous les intermittents ne se considèrent pas comme musiciens professionnels (c'est-à-dire qu'ils ne tirent pas principalement leurs revenus de la musique) : ils peuvent être par exemple techniciens, danseurs, comédiens, etc. Parmi les intermittents, 68% des répondants ont été indemnisés en tant qu'artiste uniquement, 7% en tant que technicien uniquement et 25% en tant qu'artiste ou technicien<sup>2</sup>. **Mais le bénéfice de ce régime reste fragile** : si 48% des répondants étaient sûrs de leur réadmission, ils étaient 34% à se déclarer incertains et 18% à considérer leur réadmission impossible.

### LES MODALITÉS DE RÉMUNÉRATION DES MUSICIENS AMATEURS

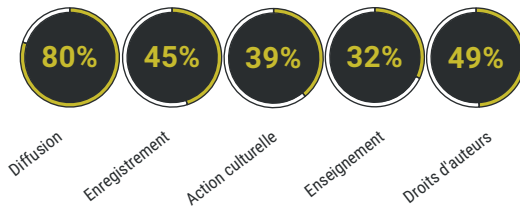
La pratique musicale en amateur ne signifie pas l'absence de revenus pour les musiciens. 21% des amateurs déclarent que la musique a participé entre 1 et 10% à la constitution de leurs rémunérations en 2015. Toutefois, 66% des amateurs ne perçoivent aucune rémunération. La musique est donc un **complément de revenu pour certains musiciens, mais dans de faibles proportions**.

En précisant les sources de revenus, **la diversité des activités rémunératrices permet d'appréhender le champ d'intervention des musiciens** : diffusion sur scène et enregistrement (salaire versé sous la forme d'un cachet), action culturelle et enseignement artistique (salaire au régime général) ou encore écriture et composition (droits d'auteurs).

Pour les amateurs, le revenu le plus cité est celui attaché à la diffusion sur scène. Ils sont un quart à avoir reçu un salaire lors d'au moins un concert. Cependant si l'on considère les montants, les résultats diffèrent : en effet, la première source de rémunération en valeur est l'enseignement artistique. Les amateurs enseignant la musique

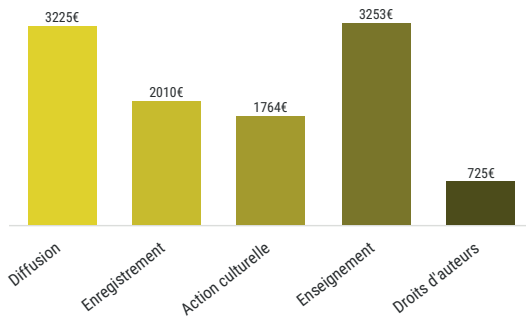
1. L'annexe 8 concerne les ouvriers et techniciens et l'annexe 10 concerne les artistes du spectacle.  
2. Le montant moyen de l'allocation journalière des intermittents de l'enquête s'élève à 49,25 euros.

## PART DE PROFESSIONNELS RÉMUNÉRÉS PAR TYPE D'ACTIVITÉ



Lecture : 32% des professionnels ont perçu des revenus issus de l'enseignement artistique en 2015.

## REVENUS DES PROFESSIONNELS PAR ACTIVITÉ



Lecture : les professionnels ont perçu en moyenne 3225 euros en 2015 pour leur activité de diffusion.

ont touché en moyenne 1 437 euros en 2015, contre seulement 523 euros pour les musiciens s'étant produits sur scène. Parmi les 8% d'amateurs ayant perçu des revenus issus d'actions culturelles, la moyenne de rémunération en valeur s'élève à 973 euros.

## LES RÉALITÉS ÉCONOMIQUES DES MUSICIENS PROFESSIONNELS

**Une grande majorité de professionnels vit avec des moyens financiers limités.** Plus de la moitié de ces musiciens ont touché moins de 14 999 euros nets en 2015 (tout type de revenus et activités confondus, musicales ou pas). Seuls 14% ont touché plus de 25 000 euros nets et 3% plus de 40 000 euros nets<sup>1</sup>. Par ailleurs cette situation semble se dégrader car 40% des professionnels estiment que leurs revenus ont baissé ces cinq dernières années, 27% qu'ils stagnent et seulement 33% qu'ils sont en hausse. Si 61% des professionnels déclarent que l'intégralité de leurs revenus provient de la musique, **ils sont 39% à diversifier leurs sources de revenus par d'autres activités.**

Comme les amateurs, les professionnels interviennent à différents niveaux et démultiplient ainsi leurs sources de revenus. En 2015, **près de 80% d'entre eux ont reçu un salaire pour leur activité sur scène**, contre seulement 32% pour un travail d'enseignement artistique. Un professionnel sur deux a également touché des droits d'auteurs.

Mais en étudiant le montant moyen des revenus annuels par activité, certaines disparités apparaissent : le niveau de rémunération lié à la diffusion est équivalent en moyenne à celui lié à l'enseignement et ces deux activités représentent près de 60% de l'ensemble des revenus. On note que les revenus issus de l'enregistrement, de l'action culturelle et des droits d'auteurs sont moins importants (en valeurs et en pourcentage).

Cependant, parmi les professionnels ayant reçu un salaire pour leur activité sur scène (80%), le revenu moyen est de 4 053 euros, alors que parmi ceux ayant perçu une rémunération pour une activité d'enseignement artistique (32%), le revenu moyen atteint 10 083 euros. Ainsi **l'enseignement artistique, lorsqu'il est pratiqué, est plus rémunérateur que la diffusion, l'enregistrement ou encore l'action culturelle.**

<sup>1</sup>. En 2013, le salaire médian net annuel en équivalent temps plein dans le secteur privé et les entreprises publiques s'élevait à 21 264 euros (Insee).

## SYNTHESE

# Des **musiciens dynamiques** : plusieurs projets musicaux en parallèle, une forte implication dans des structures de gestion de leurs activités (association ou entreprise), une pratique de répétition régulière et mobile.

# Une **diffusion sur scène active** : 12 concerts pour les amateurs et 41 pour les professionnels en 2015, un fort ancrage régional et un rayonnement national et international, un point d'appui essentiel à travers les cafés-concerts, une ouverture sur la pluridisciplinarité.

# Les **enjeux de la diffusion** sur scène pour les musiciens : une meilleure attention portée à la diversité des esthétiques musicales, le **respect du cadre légal** notamment concernant la rémunération des artistes, l'allègement des tâches connexes à la pratique (communication, technique, etc.).

# Une **production phonographique artisanale** : plus de deux tiers des musiciens ont enregistré entre 2012 et 2015, majoritairement en auto-production, et pour près de la moitié des professionnels avec un ou plusieurs labels. Le faible coût des productions ne laisse que peu de place au salariat des musiciens, qui participent financièrement à ces réalisations.

# **Des revenus pluriels et une précarité des professionnels** : moyens financiers limités, en baisse ou stagnant pour une large majorité, avec une diversification importante des sources de revenus (concert, enregistrement, action culturelle, enseignement, droits d'auteur).

Ce deuxième fascicule témoigne de l'engagement des musiciens du territoire régional dans leur pratique, non seulement sur le volet artistique mais également dans la gestion et le suivi du projet musical. Les artistes agissent en partie en coopération avec un nombre important d'acteurs : lieux de répétition, studios d'enregistrement, espace de diffusion, structure de production et de distribution, établissement d'enseignement artistique, opérateurs culturels, etc. Si les parcours des amateurs et des professionnels peuvent parfois se croiser, des singularités et problématiques spécifiques existent selon le statut. La rémunération des activités (scène, enregistrement, action culturelle, etc.) reste un sujet central, notamment pour les professionnels. Un nombre important d'artistes professionnels travaille encore trop souvent de manière bénévole. Cette situation impacte fortement l'inscription des musiciens dans un parcours de professionnalisation, qui se traduit par une diversification des compétences (dans le champ de l'éducation artistique et culturelle et/ou de l'enseignement par exemple). La dernière publication de cette enquête s'intéressera à l'accompagnement des musiciens et aux enjeux pour la filière.

### Enquête réalisée par Le Patch - pôle des musiques actuelles en Picardie

*En partenariat avec le RAOUL - réseau musiques actuelles Nord-Pas-de-Calais*

Collecte, analyse et rédaction par Salomé Pham-Van-Hué, stagiaire chargée d'observation, Julien Nicolas, administrateur et chargé d'observation, sous la direction de François Demarche.

### Remerciements

Nous remercions l'ensemble des 532 musiciens qui ont pris le temps de répondre à cette enquête, les acteurs du secteur des musiques actuelles qui ont relayé le questionnaire auprès des artistes du territoire, le groupe de travail « observation » composé de Nicolas Ossywa, Philippe Renault, Jessica Vaillant et Vadim Vernay, le Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire et Claire Hannecart.

### Conception graphique

Le Patch - pôle des musiques actuelles en Picardie



### Le Patch - pôle des musiques actuelles en Picardie

Siège. 8 avenue de Bourgogne - 60000 Beauvais

Correspondance. 12 rue Dijon - 80000 Amiens

Tel. 03 65 80 14 59 - Email. [contact@le-patch.net](mailto:contact@le-patch.net)

[www.le-patch.net](http://www.le-patch.net)

