

GROUPE N° 4

LA
GESTION
DE
CARRIÈRE

Max Amphoux, président
Hervé Rony, rapporteur

PRÉAMBULE

Aborder la question de la gestion des carrières d'artistes, c'est aborder les relations entre marché et culture, entre contrainte économique et création.

Le débat a trait, au fond, au rapport que peuvent entretenir les deux facettes des métiers qui interviennent pour organiser la carrière d'un artiste : culturelle et économique.

A la différence par exemple du spectacle vivant dans le secteur de la musique classique ou contemporaine, les musiques actuelles ne sont pas globalement prises en charge par les interventions publiques et quand celles-ci existent, elles sont faibles, comparées aux autres secteurs d'intervention ministérielle.

Le secteur des musiques actuelles, au contraire, s'appuie sur la dynamique d'une filière commerciale purement privée. Dès lors, se pose le problème de la sacro-sainte synthèse à opérer entre deux logiques a priori antagonistes, celle, culturelle, fondée sur la recherche artistique du talent et celle, économique, fondée sur une nécessaire rentabilité des investissements entrepris.

Or, le primat du tout culturel n'est pas plus opérant que celui du tout économique.

Le marché a ses lois, certaines sont efficaces, notamment par l'effet qu'elles produisent sur la vitalité globale d'un secteur, d'autres sont néfastes, notamment par le jeu des concentrations et d'une certaine «massification» de l'offre faite au public. Mais nul n'aurait, à l'idée, dans une société libre et démocratique, de retirer au marché sa capacité à intervenir.

L'action culturelle a sa légitimité, celle de développer la création, de découvrir les talents et d'entretenir, gérer et promouvoir le répertoire, hors contraintes immédiates de rentabilité et de profit mais elle a sa limite, celle de figer les chances de succès populaire en demeurant, qu'on le veuille ou non, victime d'une orientation trop souvent élitiste.

On retrouve dans cette approche ce qui oppose secteur privé et service public, mettant face à face deux logiques, celle de la demande (il faut offrir au public le plus large ce qu'il réclame) et celle de l'offre (il faut proposer au public ce qu'il ne va pas nécessairement aller chercher de lui-même).

Ramenées à ce qui nous préoccupe, la gestion de carrières dans le domaine des musiques actuelles, les réponses possibles à l'opposition marché-culture doivent, à notre sens, être trouvées dans une régulation du marché.

Il s'est agi d'une référence constante dans la démarche adoptée par le groupe de travail pour traiter les différents aspects : ainsi, pour le spectacle vivant, les festivals entre autres, ne voit-on pas le grand écart qui existe parfois entre recherche du public le plus large dans des salles de plus en plus grandes et découvertes artistiques dans des petites salles auprès d'un public découvreur? N'en est-t'il pas de même pour le disque dès lors que cohabitent les opérations massives de promotion d'artistes sans lendemain, le développement sur cinq, voire dix ans de carrières d'artistes de qualité avant leur accès à la notoriété et la gestion de carrières plus modestes mais réelles dans des niches ou des répertoires moins «grand public»?

.../...

PRÉAMBULE

Le groupe de travail a considéré que le pluralisme musical, réel en France mais limité dans son développement d'une part, la proximité avec l'artiste et le public d'autre part, s'ils relevaient de facto du marché, appelaient néanmoins des mécanismes régulateurs que l'on pourrait résumer sous la formule suivante: «donner sa chance à tous».

Dès lors, il a paru nécessaire de faire tomber l'a priori selon lequel le secteur des musiques actuelles et notamment le disque ne requiert pas d'intervention publique. Si, au niveau macro-économique, le secteur va plutôt bien, il ne se régule pas seul : les contraintes légales telles que celle des quotas ou de la loi de 1985 contribuent à son équilibre ; elles apportent la preuve que, comme tous les autres secteurs culturels, même dans des conditions économiques meilleures, la pluralité et la diversité ne sont garanties que par des mécanismes correcteurs.

Ces dispositifs font appel à deux leviers : la réglementation et le financement interprofessionnel et/ou public. Soit l'État intervient pour corriger le jeu normal du marché, soit il intervient, avec bien souvent les collectivités territoriales, pour enclencher - nous pensons au spectacle vivant et notamment aussi au jazz - une dynamique que le marché seul ne peut pas initier.

Notre objectif a donc été de chercher les propositions de nature à renforcer le poids de tels leviers afin de garantir au mieux des intérêts de tous, la vitalité artistique et économique des musiques actuelles.

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER

Pour pouvoir formuler des propositions pertinentes, il a semblé opportun, préalablement à leur présentation détaillée, de rappeler ce que représente aujourd'hui la filière musicale et établir un diagnostic général sur les différents points examinés : le disque, les médias, la scène, l'export, les métiers et la politique du ministère de la Culture.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

I-I LA PLACE DE LA FILIERE MUSICALE

Sans prétendre à l'exhaustivité, compte tenu de la brièveté relative de la durée des travaux et de l'incapacité d'avoir pu mener une étude aussi approfondie qu'il aurait été souhaitable, les membres du groupe ont estimé opportun de souligner la place qu'occupe la filière musicale en France, préalable à une correcte analyse de l'état des lieux et du diagnostic à faire. Ils ont, à cette occasion, pu constater que l'absence d'un observatoire de la musique fait cruellement défaut tant sont parcellaires les informations disponibles.

La musique vivante et enregistrée représente une dimension souvent trop ignorée des pouvoirs publics: il ressort pourtant des tendances constatées que ce secteur génère globalement des ressources considérables dans le champ culturel.

- Le spectacle vivant, fort d'un réseau d'environ 1500 salles, réunit plus de 11 millions de spectateurs ;
- les festivals musicaux sont les plus nombreux en France, comparés aux autres festivals recensés par le ministère de la Culture ; ils représentent au total 67%.
- selon le dernier rapport du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français, plus nombreux sont ceux qui vont en discothèque ou au bal public qu'à une rencontre sportive ;
- les droits générés en 1996 par la musique ont été de 4.135 milliards (Sacem-SDRM, Adami, Spedidam, SCPP, SPPF) ;
- La facture instrumentale représente un CAde 3.3 milliards (chiffre 1995) ;
- La production phonographique a représenté en 1997 un chiffre d'affaires de 7,4 milliards (prix de gros éditeurs) soit plus de 10 milliards au détail ;

- Pour s'en tenir aux seules radios FM musicales, celles-ci génèrent un CApublicitaire d'environ 1 milliard, le marché radio global étant d'un peu moins de 7 milliards ;
- La télévision grâce à la publicité télévisée (dont on verra plus loin qu'elle suscite débats et critiques souvent virulentes) dispose là encore d'un CA de 2,3 milliards (brut Secodip-source Carat en annexe).
- en l'absence de données incontestables, on peut estimer prudemment que la musique génère entre 75 000 et 100 000 emplois directs et indirects.

Le dynamisme du secteur est donc indéniable. Il repose sur une forte pratique de la population la plus jeune pour qui la musique constitue, selon diverses études ou sondages, le premier loisir avec ou devant le sport. La musique est de ce point de vue un incontestable facteur de convivialité sociale en même temps qu'elle génère emplois et ressources.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

On ignore trop souvent son ampleur en termes de métiers, même si souvent il s'agit d'emplois intermittents et comme tels précaires et faiblement rémunérateurs.

I-II ETAT DES LIEUX ET DIAGNOSTIC D'ENSEMBLE

Globalement, le secteur des musiques actuelles s'inscrit dans un univers où la concentration des structures professionnelles ne cesse de se renforcer même si une multitude d'acteurs, notamment dans des secteurs comme le jazz ou davantage encore la techno, assurent une diversité et un pluralisme, qui pour être fragiles, n'en sont pas moins réels.

Le spectacle vivant est lui-même beaucoup plus ouvert que celui du disque dans la mesure où il n'est pas dominé par quelques sociétés mais reste assez largement ouvert à des intervenants de taille modeste.

I-II-1/UN MARCHÉ DOMINÉ PAR LES COMPAGNIES INTERNATIONALES

La France est un des pays où les compagnies internationales de disques ont la part de marché la plus forte. Notre pays s'inscrit ainsi dans un contexte mondial marqué, pour le disque, par une exceptionnelle concentration de la production entre quelques compagnies. Le rachat de Polygram par Seagram constitue le dernier épisode d'un processus continu depuis trente ans et qui a laissé s'échapper progressivement les labels indépendants tels que Barclay, Vogue ou Carrère. Aucun grand groupe industriel français n'a malheureusement cru pouvoir investir dans la musique.

On estime généralement que les «majors» représentent environ 85% de la distribution de phonogrammes dans notre pays quand elles en représentent 75% en Grande-Bretagne. Sans doute, ces mêmes sociétés représentent une part de la production locale moins forte, de l'ordre de 50% si l'on ne tient pas compte des contrats de licence et de distribution dont elles bénéficient et si l'on s'en tient par conséquent à la seule propriété de l'enregistrement initial, le «master».

Ce qui caractérise en effet la production indépendante, outre le nombre important de sociétés (un peu moins de mille en référence au nombre d'adhérents des deux sociétés de gestion collective des producteurs, SPPF et SCPP), c'est leur poids nettement plus sensible au niveau de la réalisation des enregistrements qu'au niveau de la promotion et la distribution des disques.

Très peu de producteurs indépendants sont, en effet, en même temps distributeurs : nombre d'entre eux ont conclu des contrats de licence et/ou de distribution avec les principales compagnies.

Certains l'ont fait avec la conviction de réunir des compétences distinctes mais complémentaires, d'autres avec la contrainte d'être menacés de disparaître.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

On relèvera que les nouvelles formes de distribution via Internet représentent à cet égard un atout particulier pour les indépendants dans la mesure où la VPC ou, à moyen terme, le téléchargement, pourront remettre en cause éventuellement la nécessité de passer par les «majors» et permettre un accès novateur aux consommateurs.

Quoiqu'il en soit, les compagnies internationales, dans des proportions évidemment variables, n'ont pas abandonné, et c'est une différence notable avec le cinéma, le champ de la production locale. Leur chiffre d'affaires est ainsi largement issu de politiques de production, de promotion et de ventes massives d'artistes locaux.

Pour autant, ce sont souvent les structures indépendantes qui, par leur proximité, leur souplesse, leur taille, pratiquent une politique de découverte nettement plus pointue que celle des grandes sociétés, notamment en direction de nouveaux secteurs de création.

Les grandes compagnies en sont bien conscientes qui, pour la plupart, ont créé elles-mêmes des cellules de petite taille, des mini-labels, adaptés à la recherche de nouveaux artistes.

La publicité télévisée, dans de telles conditions de concentration, cristallise les critiques les plus virulentes, faisant apparaître un déséquilibre des moyens de promotion.

I-II-2/ UNE DISTRIBUTION DU DISQUE TRES DESEQUILIBREE

La France a une particularité dont il faut douter qu'elle soit heureuse : la place dominante des hypermarchés dans la distribution de détail. Sait-on ainsi que dans le Nord-Pas-de-Calais, chaque ménage dépense 2 francs sur 3 dans une société dépendant du groupe Auchan ?

Ce qui vaut donc pour l'alimentation, le jouet ou l'essence vaut malheureusement aussi pour le disque : plus de 60% des ventes ont lieu dans l'hyperdistribution, Carrefour et Leclerc en tête.

Le reste des ventes se fait dans les chaînes spécialisées (FNAC, Virgin, Nuggets-Madison et, depuis peu, dans les nouveaux magasins Extrapole) et chez les disquaires indépendants. Ceux-ci ne sont guère plus de 250 pour 10% environ du marché, abstraction faite des disquaires très spécialisés qu'il ne faut pas, bien au contraire, ignorer mais qui constituent un réseau difficile à identifier.

On relèvera, en outre, en France que la vente par correspondance est moins forte que dans des pays comparables aux nôtres. Mais il ne faut pas ignorer ce mode de vente, bien au contraire, dans la mesure où c'est une forme de distribution de nature à faciliter l'accès au public de disques de jeunes artistes et de fonds de catalogues, notamment pour les éditeurs phonographiques les moins puissants..

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

I-II-3/ UN ACCES AUX MÉDIA DE PLUS EN PLUS DIFFICILE

Si comme le disent les représentants du secteur phonographique, il est de moins en moins facile d'assurer la promotion des répertoires et des artistes «grand public», il n'est pas difficile d'imaginer que celle des artistes nouveaux, des styles de musiques émergents ou des répertoires dits «difficiles» est pratiquement impossible.

La baisse régulière du nombre d'heures consacrées par la télévision à la musique, notamment au spectacle vivant, est préoccupante : M6 est passée de 42,3% de programmation musicale en 1993 à 36,09% en 1997, France 2 de 17 à 15,5%. TF1 est restée stable mais la musique ne représente que 8,7% de son temps d'antenne (source Sacem).

Par ailleurs, la diminution du nombre de titres différents diffusés en radio provoque un goulot d'étranglement préjudiciable à l'ensemble de la filière, en particulier aux producteurs indépendants qui ne bénéficient pas des capacités d'exploiter un catalogue étendu.

Le service public de la télévision n'assure plus depuis longtemps son rôle, ce qui ne peut qu'aggraver la situation.

On conviendra que celle-ci est paradoxale alors que le nombre de canaux de diffusion n'a jamais été aussi important. Et elle est d'autant plus préoccupante que la France ne dispose pas d'une presse spécialisée aussi dynamique et lue que dans les pays anglo-saxons.

On conviendra enfin que cette situation s'aggrave et devient même inacceptable puisque des chaînes de télévision et de radio ont ou vont créer leur propres filiales phonographiques avec toutes les dérives possibles vers un accaparement inadmissible des moyens de promotion au bénéfice des seuls «artistes maison».

I-II-4/ UN SPECTACLE VIVANT DYNAMIQUE MAIS FRAGILE

Si le disque est un secteur hyper concentré, le secteur du spectacle vivant (salles, tourneurs, festivals) est, au contraire, très éclaté entre des centaines d'acteurs de taille modeste.

Si c'est un domaine où l'intervention d'aides est relativement important, essentiellement grâce au Fonds de soutien aux variétés et à l'implication de collectivités locales, il n'en demeure pas moins vrai que les structures d'exploitation souffrent d'une fragilité chronique.

L'intervention publique y est à la fois récente et marginale. La DMD y consacra en 1998 soixante-et-un millions de francs. De manière générale, cette présence de l'Etat, initiée en 1981, a souffert, ces dernières années, de stagnation et de coupes financières.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

Elle n'a donc pas pu permettre à celui-ci de jouer pleinement son rôle vis-à-vis de collectivités territoriales qui, depuis quelques années, s'engagent davantage sur ce terrain. Même si ces dernières agissent sous un angle trop purement social, elle sont devenues, néanmoins, des partenaires fondamentaux qu'il convient de reconnaître comme tels et avec lesquels l'Etat se doit de mettre sur pied une politique concertée.

Le premier constat porte sur les outils de diffusion : les musiques actuelles sont en situation d'exclusion du réseau subventionné de la décentralisation.

Historiquement bâtis sur la décentralisation théâtrale, les équipements de diffusion (scènes nationales, théâtres missionnés, CDN, etc...) sont gérés en grande majorité par des hommes de théâtre qui y consacrent l'essentiel de leur budget. La musique n'y est présente, à quelques exceptions, que comme un produit d'appel à l'abonnement et ne fait l'objet d'aucune politique de soutien aux jeunes artistes.

Cette situation est difficilement défendable. Il s'agit, en effet, d'un verrou particulièrement important en terme de développement de carrières où il importe de disposer de marges de manoeuvre pour assumer les risques artistiques et ne pas être condamné à «l'audimat».

Dès lors, la Charte de service public énoncée par le ministère de la Culture constitue un véritable levier pour l'ouverture de ce réseau.

Le réseau spécifique des salles de musiques actuelles est regroupé au sein de plusieurs fédérations qui soulignent toutes les difficultés d'ordre financier qu'elles traversent.

- En règle générale, la grande précarité des budgets de fonctionnement des salles imposent des conditions de travail, de rapport au public et de présentation qui ne vont pas sans poser un certain nombre de problèmes.

Les équipes sont réduites au strict minimum, quant elles ne sont pas purement familiales, et le dynamisme du réseau repose sur un militantisme admirable mais qui trouve fatalement ses limites dans le temps.

Par ailleurs, on a assisté ces dernières années à une inversion de la logique qui voulait que la scène soit le terrain naturel d'expression des artistes, le lieu de son rapport au public. Or, l'industrie du disque a complètement bouleversé ce rapport **et la scène est considérée par le métier comme un simple élément de promotion du support enregistré.**

Cette situation, conjuguée à un dépérissement du pluralisme et à une concentration des médias, a des effets néfastes : elle conditionne les programmations des lieux soumis à des contraintes économiques trop fortes et qui, dès lors, ne sont plus en mesure de prendre des risques artistiques.

Programmer un artiste en dehors des «tours supports», des campagnes de publicité radio ou télévisée implique de devoir assumer seul la promotion du concert face à un public de plus en plus «formaté» par l'audiovisuel.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

C'est ainsi la notion même de développement de carrière qui est remise en cause.

- La majeure partie du parc de salles commence à vieillir, les normes ayant changé tant sur le plan de la sécurité que sur le bruit.
- De nombreuses villes ne disposent toujours pas de salles adaptées pour ces musiques.
- Il semble, dès lors, de plus en plus difficile de produire de vraies tournées, presque impossible même selon les agents du jazz dans ce secteur ; **les producteurs de spectacle font face à des problèmes accrus allant tous dans le sens d'une complexification de leur métier. Enfin, ces difficultés sont aggravées par une absence d'actifs.**

Le groupe a relevé **aussi de grandes disparités entre les différents styles musicaux** suivant qu'ils peuvent prétendre ou non à un ratio de profits important pour l'industrie musicale. Pour certains, la survie est impossible quelle que soit la réalité de la régulation du marché sans intervention de la puissance publique.

C'est le cas, notamment, du jazz, de certaines formes émergentes et d'une partie des musiques du monde à propos desquelles on soulignera le rôle important que l'Etat doit jouer envers les pays qui nourrissent la diversité francophone face à l'hégémonie grandissante des productions anglo-saxonnes.

La consommation musicale des Français passe par une fréquentation massive des festivals qui constituent, à eux seuls, un réseau de diffusion déterminant.

Leur nombre varie suivant les genres musicaux pour atteindre plus de deux cents sur le seul secteur, par exemple, du jazz.

On relève néanmoins là aussi de grandes disparités entre des événements qui s'appuient sur une réelle démarche originale de découverte en direction de nouveaux artistes ou de nouveaux courants musicaux et de prise de risque et d'événements plus directement liés à du «tourisme culturel».

Ainsi, le panorama des festivals est marqué par une césure entre les festivals d'été et ceux répartis sur le reste de la saison artistique.

A cet égard, force est de constater que, dès lors qu'ils grandissent et se pérennisent, les festivals sont très rapidement tirillés entre des impératifs de rentabilité et de visibilité médiatique et un rôle de découverte sur lesquels ils se sont souvent fondés.

Pour dynamique que soit cette relation, elle est souvent faussée par les attendus des différents bailleurs de fonds qui ont, chacun, des intérêts différents pour la manifestation qu'ils soutiennent.

Il est clair, dans ces conditions, que l'intervention publique de l'Etat tire vers le haut la programmation. Les festivals ont beaucoup souffert de la stagnation puis du recul des crédits d'Etat. Ils s'inquiètent aujourd'hui d'une déconcentration insuffisamment préparée et dont certains ont déjà fait les frais.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

I-II-5/ UNE EXPORTATION DE LA MUSIQUE ENCORE INSUFFISANTE

Il faut se féliciter de constater une reprise apparente des ventes de disques produits en France à l'étranger et le succès public d'un certain nombre de concerts. La musique techno (DJ Cam, Daft Punk, Laurent Garnier par exemple) y contribue massivement. La chanson française que l'on qualifiera, faute de mieux, de traditionnelle, a plus de mal. D'une certaine façon, et c'est un peu triste, moins ils chantent en français, plus nos artistes ont leur chance au-delà de nos frontières. Mais P. Kaas, Enzo Enzo, M. Farmer, par exemple, viennent tempérer ce constat.

Quoiqu'il en soit, 10 millions de disques de production française ont été vendus à l'étranger en 1997, soit environ 8% des ventes réalisées en France.

A cela plusieurs facteurs : outre le dynamisme des producteurs indépendants pour lesquels l'exportation est indispensable à leur équilibre économique, les filiales des compagnies internationales ont commencé à se mobiliser et une évolution positive se dessine dans ce secteur.

Par ailleurs, l'action conjuguée de structures aussi différentes mais complémentaires que sont l'Afaa et le Bureau export, associée aux aides aux tournées du FCM, du Fonds de soutien aux variétés, et à l'action, encore insuffisante cependant, du Département des affaires internationales (DAI) et de la Direction de la musique et de la danse, participe d'une prise de conscience et d'une volonté d'agir constructives.

Néanmoins, force est de constater qu'à défaut de moyens supplémentaires et de structuration du secteur, l'exportation de la musique restera relativement marginale dans notre pays.

I-II-6/DES METIERS PARFOIS INSUFFISAMMENT STRUCTURES

Le groupe de travail a abordé tout au long de ses débats, sans jamais en faire un sujet isolé mais au contraire récurrent, la question de la place et du statut des personnes en charge de la gestion des carrières des artistes.

Il convient de préciser que, par manque de temps, aucune audition n'a été effectuée sur ce point. Mais il ne faut pas oublier que le président du groupe est lui-même, sous un statut d'éditeur, très engagé dans la gestion de carrières d'un certain nombre d'artistes. Certains membres du groupe sont par ailleurs très directement confrontés à la question du «management», laquelle est apparue comme prioritaire.

La gestion des carrières d'artistes est de plus en plus complexe et il est clair que les quelques cadres juridiques existants et considérés comme «adaptables», ne permettent pas de couvrir tout le champ que recouvre cette notion aujourd'hui.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

La montée en charge des nouvelles technologies de diffusion de la musique multiplie les opportunités de promotion d'un artiste.

Ces exploitations secondaires des œuvres rendent extrêmement complexe la gestion de la carrière d'un artiste et de ses intérêts.

Les statuts d'agent ou de producteur de spectacle limitent le champ d'action au spectacle vivant.

Le statut d'éditeur choisi par certains managers n'est pas plus adapté car il suppose notamment une rémunération qui n'est pas toujours en conformité avec le travail attendu et demeure une approche partielle de la gestion de carrière (musique enregistrée seulement).

Plus que les carrières scéniques qui peuvent être gérées sous les divers statuts existants, ce sont les développements permis par l'exploitation des enregistrements qui sont difficiles à appréhender. Or ce que l'on attend de la fonction de manager, c'est la capacité à être l'interface unique de l'artiste avec l'ensemble du champ, notamment pour assurer au mieux la cohérence de sa carrière.

De façon générale, le groupe a constaté combien la filière musicale manquait d'outils d'identification et d'expertise sur les métiers.

I-II-7/ UN MINISTERE TROP SOUVENT ABSENT

Le rapide tour d'horizon de l'histoire, encore courte somme toute, de la rue de Valois montre que, si depuis 1981, une prise de conscience s'est faite et que des actions, parfois fortes, ont été menées, aucune politique cohérente à long terme n'a été menée sur les musiques actuelles en général, sur la filière phonographique en particulier.

Au moment où le ministère se dote d'une nouvelle direction, il importe de souligner que les moyens financiers qu'il s'agisse du budget de fonctionnement ou des crédits du titre IV n'ont jamais été pensés autrement que par à-coups et souvent plus en raison de bonnes volontés individuelles que du fait d'une stratégie suivie.

Un exemple souvent cité tellement il est éloquent mérite d'être rappelé : le secteur des musiques actuelles représente dans le budget du ministère moins que la contribution du ministère à la caisse de retraite de l'Opéra de Paris !...

On peut parler d'absence de vision d'ensemble et donc de cohérence, d'absence quasi totale de soutien financier public (contrairement à ce qui se passe pour les autres industries culturelles) et même d'absence de compétences au sein du ministère.

.../...

1^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER (suite)

Ainsi de la baisse de la TVA à la loi sur les quotas radios, aucune décision publique ayant affecté durablement l'industrie phonographique, n'a pour origine la Direction de la musique. Et lorsque le ministre intervient, budgétairement ou par voie législative, ce sont en son sein, d'autres services qui sont chargés du «pilotage» des dossiers (Loi du 3 juillet 1985 ou le «Plan Labels», par exemple).

C'est que, comme le souligne la notice de La Documentation Française sur la Direction de la musique (Paris-1996), celle-ci s'est bâtie en ignorant le secteur industriel et s'est donc " dès l'origine et de façon durable coupée des moyens d'intervenir directement et significativement dans des secteurs audiovisuels qui constituaient pourtant les ressorts les plus puissants pour rendre l'accès à la musique plus démocratique ".

Pour le Cerat (Rapport au ministre, 1997), le système français est dual. Les musiques actuelles s'opposent à un système très minoritaire, lourdement subventionné en tous points sauf pour le disque, axé autour de services publics forts et d'un genre musical unique, le classique. C'est que, ajoute-t-il, "l'histoire de la politique du disque a partie liée avec un processus encore inachevé de reconnaissance de la qualité artistique de genres jusque là minorés ". Pour la grande majorité des acteurs de l'économie du disque, le ministre semble trop souvent aux abonnés absents.

Cette évanescence, qui évacue l'essentiel des discussions sur les enjeux culturels, est vécue par les professionnels comme une forme de mépris. C'est dans ce cadre qu'il faut comprendre les vives réserves formulées par de nombreux membres de la Commission sur le nouvel organigramme de la DMDTS qui ne semble prendre en compte ni les spécificités des musiques actuelles, ni celles de l'industrie phonographique.

Ce très bref état des lieux n'a eu d'autre but que de dresser un diagnostic général : les musiques actuelles souffrent de l'existence d'un certain nombre de goulots d'étranglements qui menacent gravement le pluralisme musical :

- goulot d'étranglement de la production dès lors que de nombreuses structures de production manquent de moyens de distribution ;
- goulot d'étranglement dès lors que les principaux lieux de ventes du disque pour les Français sont devenus les hypermarchés qui référencent dans la plupart des cas 2 à 5000 disques sur plus de 100 000 références disponibles ;
- goulot d'étranglement dès lors que la radio et la télévision soit renoncent purement et simplement à considérer la musique, soit présentent, et parfois sans conviction ni imagination, au mieux les vingt premiers artistes du «TOP 50» ;
- goulot d'étranglement encore dès lors que ne peuvent accéder à la publicité télévisée que les principaux producteurs ;
- goulot d'étranglement, aussi, si la scène ne peut pas être l'indispensable vecteur d'accès au public des artistes partout et pas seulement dans quelques grandes villes privilégiées ;
- goulot d'étranglement, enfin, pour l'avenir si le retard pris pour le développement d'Internet profite exagérément aux Anglo-saxons.

.../...

I^{ERE} PARTIE - APPROCHE GENERALE DES QUESTIONS A TRAITER

C'est avec la ferme volonté de desserrer ces goulots d'étranglements que nous avons travaillé et recherché des orientations dont certaines ne sont pas forcément nouvelles mais qui n'ont jamais été tentées, et d'autres plus novatrices. Les unes et les autres ont la prétention de constituer un corpus cohérent de nature à constituer une véritable politique de filière. A la clé, figure la nécessité d'une reconnaissance pleine et entière, aujourd'hui déçue, des industries musicales par le ministère de la Culture.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS

Aux orientations figurant dans ce rapport, correspond une série de propositions. Aussi précises soient-elles, celles-ci sont susceptibles d'être mises en oeuvre, pour certaines d'entre elles, après qu'auront été précisés certains éléments techniques, économiques ou juridiques. Ce travail complémentaire est indispensable à nos propres travaux car, faute de temps, nous n'avons pas pu toujours fouiller dans les détails l'ensemble des aspects.

Ces orientations sont axées autour de sept principes :

- renforcer et consolider le spectacle vivant ;
 - soutenir la production ;
 - assurer une meilleure diffusion audiovisuelle de la musique ;
 - dynamiser et assurer le pluralisme des réseaux de vente de disques ;
 - assurer une meilleure structuration des métiers ;
 - structurer et renforcer les actions à l'export ;
 - obtenir une véritable reconnaissance des industries culturelles par le ministère de la Culture.
-

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

II-I RENFORCER ET CONSOLIDER LE SPECTACLE VIVANT

La situation du spectacle vivant reflète une multitude de situations disparates réunies, néanmoins, dans une même réalité économique: une fragilité chronique derrière un foisonnement de structures, depuis les festivals aux Zéniths en passant par les scènes de musiques actuelles ou les salles privées de villes moyennes.

L'examen de cette situation appelle aussi à réfléchir aux passerelles existantes ou devant exister entre la scène et le disque. Comment une carrière se construit-elle ? Est-ce la scène qui détermine la notoriété ? Est-ce le disque qui permet l'accès au public le plus large ?

Difficile de répondre avec certitude même si, pour certains répertoires comme le jazz par exemple ou, parfois aussi la techno, la prestation en public reste déterminante.

Chacun ou presque convient que les deux aspects majeurs de la carrière d'un artiste s'interpénètrent nécessairement et qu'il est parfois difficile de démêler ce qui, du disque ou de la scène, a déclenché la sympathie du public.

Chacun sait aussi que les deux carrières, scénique et discographique, ne sont pas toujours parallèles et que de beaux succès d'albums n'assurent pas des concerts inoubliables et vice-versa. Quoiqu'il en soit, il est évident que seule une parfaite osmose entre les deux facettes de la carrière de l'artiste est de nature à construire celle-ci et à la pérenniser.

Débatant de l'apport de la scène à la gestion de carrières, le groupe a aussi dû relever que les premières parties, après avoir connu un regain, ne sont pas aussi nombreuses qu'elles pourraient l'être. Force est de constater que, bien souvent, ce sont les artistes-vedettes qui sont réticentes.

Le groupe a voulu rechercher des solutions de nature à affermir une politique de salles qui, pour être réelle, n'a pas répondu à l'ensemble des problèmes posés, particulièrement en terme d'aides au fonctionnement.

1°) Pour une politique renforcée de développement de la diffusion du spectacle vivant

Après une période positive d'interventions publiques en faveur de l'équipement, il convient de procéder désormais à une relance de la politique des salles :

Il faut rappeler, en préalable, que les crédits moyens de fonctionnement donnés par l'Etat aux SMAC sont de 120 000 frs et que les cahiers des charges proposés en contrepartie ne sont pas assumables.

.../...

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Il importe aussi de souligner le regret de nombreux acteurs face à la disparition de l'Agence des lieux de spectacle. Elle avait un rôle précieux de conseil auprès des associations, de l'État et des collectivités locales. Sa suppression a donc été ressentie comme un signe supplémenaire d'abandon du secteur.

Dans ces conditions, il convient d'obtenir :

- un renforcement significatif des aides de l'Etat au fonctionnement des salles de musiques actuelles ;

- une remise à niveau des équipements et la création, à travers le territoire de nouvelles salles dans les villes désireuses de développer une politique active pour les musiques actuelles.

Tout en prenant acte positivement du plan Zénith et de l'apport de tels lieux pour le public et les artistes, nous estimons que **les problèmes les plus cruciaux se situent dans le domaine des salles de dimensions réduites, en particulier celles qui prennent des risques artistiques et participent d'une démarche culturelle** de nature à associer le public à la découverte d'artistes et de répertoires nouveaux ou non immédiatement populaires.

En ce sens, compte tenu de sa qualité d'intervention unanimement saluée et de l'adaptation de ses programmes d'aides aux besoins (équipement et tournées), **le renforcement des moyens du Fonds de soutien à la chanson, au jazz et à la variété est nécessaire.**

Le Fonds de soutien doit pouvoir :

- développer une fonction nouvelle d'expertise et de conseil en liaison avec les pôles régionaux (projection, impact artistique, analyse de l'environnement etc...) ;

- renforcer son action pour la bonification de la taxe en direction des petites salles en passant de trente lieux soutenus à cent dès 1999 ;

- renforcer le fonds d'aide à l'équipement ;

- assurer un relais de trésorerie pour les salles en difficulté passagère,

Il est important aussi d'encourager l'action de l'Onda, notamment à cause du travail d'aménagement culturel auquel il contribue et parce que l'Onda a su démontrer son utilité. Toutefois, la définition précise d'un cadre d'intervention auquel soit associé le nouveau conseiller aux musiques actuelles auprès de Dominique Wallon, est indispensable. **Sous cette réserve, la nouvelle Direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles (DMDTS) devrait pouvoir donner à l'Onda des moyens supplémentaires** de nature à permettre une intervention plus forte vis-à-vis des lieux de musiques actuelles.

Concernant le réseau de la décentralisation, les salles en général et, **en particulier les scènes nationales, il convient d'inclure dans leurs contrats d'objectifs des obligations portant sur les musiques actuelles soit sur les sites eux-mêmes, soit en collaboration, le cas échéant, avec les salles des musiques actuelles présentes sur la ville. En ce sens, il faut que les directeurs puissent s'entourer de conseillers pour la programmation.**

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

S'agissant de l'élargissement de l'assiette la taxe parafiscale alimentant le Fonds de soutien, le ministre doit revoir le décret de 1995 afin de dissocier le problème du fonds pour le théâtre privé du fonds de soutien pour la variété et ce, afin de permettre à l'ensemble du réseau d'être assujetti à la parafiscale.

Enfin, il convient aussi que :

- toute subvention d'Etat fasse l'objet d'une convention liant les collectivités territoriales et le projet soutenu de façon à faciliter les réflexions communes et à pérenniser plus facilement les structures ;

- les DRAC s'adjoignent les services de conseillers ès-qualité afin de procéder au suivi et à l'évaluation des différents projets soutenus ;

- soit mise en place une évaluation, selon le même principe, des festivals et soient adoptées des mesures permettant de consolider leurs financements et donc leur prise de risque artistique, particulièrement sur les projets d'aides aux jeunes artistes, de mise en résidence ou de création.

2°) Une exploitation facilitée pour les producteurs et organisateurs de spectacles :

Les producteurs de spectacles vivent mal le fait d'être de facto privés de tout actif valorisable, ce qui les rend fragiles et ne leur permet pas d'atteindre le plus souvent une taille critique pour développer leurs activités. Privés de droit de suite sur leurs spectacles, ils n'ont pas de fonds de commerce.

Ils font valoir ainsi, à la différence des producteurs phonographiques protégés à travers les contrats d'exclusivité avec leurs artistes et les droits voisins reconnus par la loi de 1985, qu'ils n'ont comme seule force en général que celle de leur dirigeant et des qualités relationnelles qu'il a tissées avec ses artistes.

Le groupe prend volontiers acte de ces difficultés, notant que les producteurs de spectacles prennent des risques souvent considérables pour gérer la carrière des artistes sans, en effet, bénéficier d'une protection minimale. Selon eux, dans ces conditions, la reconnaissance de droits voisins à leur profit serait la réponse appropriée.

Cependant, le groupe souligne, pour sa part, que **deux pistes existent pour conforter les producteurs de spectacles :**

- systématiser avec les producteurs phonographiques le versement de royalties sur les spectacles faisant l'objet d'un enregistrement;

- revoir le cadre juridique des contrats les liant aux artistes; en l'état, il semble que, curieusement, aucune dérogation aux règles de droit commun du CDD d'usage permette de passer des contrats de longue durée (cinq ans par exemple) à l'instar de la pratique de l'industrie phonographique. De toute évidence, il est urgent de statuer sur ce point et de revoir, si nécessaire, le droit du travail dans un sens favorable aux particularités du métier.

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

3°) assainir la gestion de la billetterie

Depuis dix ans, l'organisation de spectacles a été marquée par de profondes modifications des modalités de distribution de la billetterie. Cela tient d'une part à une dématérialisation du billet (chaque place est gérée sur informatique, le billet correspondant peut-être édité et vendu en n'importe quel point du réseau), et d'autre part au développement de nouvelles pratiques commerciales des loueurs de salles de spectacles.

Ces nouveaux outils ont notamment permis une meilleure disponibilité des billets pour le public. Ils ont aussi généré des effets pervers dont il convient de prendre la mesure.

Les réseaux de distribution de billetterie créés ou développés par de grands distributeurs (Fnac, Carrefour, Virgin...), ce service fait d'abord un outil de communication (Annonce concerts), voire un produit d'appel, puis un centre de profit.

En effet, tous ces réseaux pratiquent en sus du prix facial du billet des frais de location qui représentent environ 10 % de son montant. Cette évolution entraîne un réel effet pervers, une interrogation et une pratique discutable.

Une double opacité en résulte pour les producteurs :

- La puissance des réseaux de distribution les place dans l'impossibilité, de fait, de négocier le montant de ces «Frais de location» qui varient d'un réseau à l'autre. Ils perdent donc une grande part de la maîtrise du prix public, particulièrement déterminante en matière de spectacle, et la possibilité de jouer sur les seuils symboliques, voire encore de communiquer sur les prix.

- En outre, ces réseaux, qui sont venus s'ajouter aux vendeurs traditionnels et ne communiquent pas entre eux, participent à l'opacité de l'information sur l'évolution des ventes en multipliant les interlocuteurs. La connaissance quotidienne de ces chiffres est pourtant une nécessité vitale pour les producteurs.

Un manque à gagner pour la taxe parafiscale et les droits d'auteurs ?

On relèvera que les «frais de location» sont la seule recette indissociable du billet de spectacle perçue sans être assujettie ni à la taxe parafiscale ni au paiement de droits d'auteurs. Mais on sait que les représentants du Fonds de Soutien et du spectacle vivant débattent sur le point de savoir si ces frais de location doivent être intégrés à la recette billetterie du producteur. Beaucoup y sont hostiles, faisant valoir que ces frais sont la rémunération d'une prestation de service, la rémunération versée au distributeur chargé de la commercialisation de la billetterie. Cette question mérite donc un examen approfondi dont l'initiative relève du ministère de la Culture.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Une pratique discutable : l'exclusivité de vente des billets au profit des salles de spectacles.

Peu nombreuses dans l'absolu et souvent en monopole de fait, jauge par jauge, la plupart des grandes salles de spectacles imposent aux producteurs, lors du contrat de location, une exclusivité à leur profit de la vente de billets.

Cette pratique renforce fortement les effets pervers susmentionnés :

- **L'opacité sur les chiffres de ventes augmente avec l'interposition d'un intermédiaire** qui soustrait le plus souvent aux différents réseaux.

- **L'opacité sur le prix est renforcée**, le producteur ne pouvant pas maîtriser la gestion de son plan de salle : les ventes aux collectivités, le nombre de places allouées par revendeur, leur répartition par catégorie. ne sont parfois plus fonction de l'efficacité globale de la vente mais plutôt du taux de reversement (sur les frais de location) d'une commission de chaque revendeur à la salle.

- **Elle peut accroître enfin les tensions de trésorerie des producteurs** : certaines salles retiennent en effet la recette billetterie jusqu'au jour du concert, et ce, en sus du dépôt garantissant le bon paiement de la location.

La Commission invite donc le ministère de la Culture à :

- **Organiser un suivi des modalités de diffusion et de commercialisation de la billetterie**, notamment sous l'angle du droit de la concurrence. Les pratiques de certaines salles, d'une part, et le regroupement récemment annoncé des deux principaux réseaux de billetterie, d'autre part, appellent clairement un examen approfondi de ce point de vue.

- **Etudier en relation avec les professionnels la réintégration des frais de location dans le prix du billet**. Le prochain renouvellement du décret quinquennal instituant la taxe parafiscale peut et doit constituer un butoir pour cette réflexion.

4°) Résoudre les problèmes propres à la musique techno

Le mouvement techno, longtemps considéré avec suspicion, amateur lui-même d'une certaine marginalité underground a, depuis ses débuts, profondément évolué et, pour nombre de ses représentants, aspire à une reconnaissance faisant oublier l'assimilation:

«techno = rave = extasy = marginaux = délinquants».

Acet égard, la Victoire de la Musique 1998 de Laurent Garnier montre assez le chemin parcouru pour reconnaître à la techno sa valeur artistique souvent dénaturée par la dénomination fourre-tout de «dance».

Les pouvoirs publics et les professionnels ont eux-mêmes mesuré la nécessité de trouver des réponses à l'ensemble des questions soulevées par le phénomène techno mais beaucoup reste à faire.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

L'association Technopole contribue fortement à cette prise de conscience. Sans nier les problèmes de toxicomanie ou de dangers en termes de sécurité lors des soirées, elle milite pour que la techno et les DJ soient reconnus comme relevant de la création.

- la question du statut de DJ

En premier lieu, le statut des DJ au regard de la propriété intellectuelle se pose : si la Sacem a accepté de les reconnaître comme auteurs, il convient, en revanche, de souligner que pour le moment, il n'y a pas encore de reconnaissance précise de leur statut de musicien et/ou d'interprète, situation qu'il serait dommageable pour eux de perpétuer trop longtemps.

En second lieu, se pose le problème des conditions d'application du droit du travail et de la soumission au statut des intermittents. Le groupe de travail recommande sur ce point que l'information du milieu techno soit sensiblement améliorée dans la mesure où il apparaît que de nombreuses difficultés résultent d'une méconnaissance profonde du cadre réglementaire. **Il serait bon qu'un organisme prenne en charge (voir par exemple ce qui a été fait par le C.I.R. pour le rock) ce rôle de conseil et d'informations avec l'aide du ministère de la Culture.**

Plus largement, il conviendra d'approfondir la concertation sur le difficile distinguo à opérer entre les DJ qui réalisent un travail de création musicale originale lors de sessions et ceux qui ne font qu'animer les clubs en programmant des disques de manière traditionnelle.

- l'organisation des soirées

Les pouvoirs publics et le milieu de la techno s'opposent sur l'encadrement qu'il convient d'assurer pour autoriser l'organisation de «raves».

Le ministère de l'Intérieur prépare une circulaire modifiant celle établie par Ch. Pasqua. La lenteur de sa préparation, depuis l'été 1997, est perçue comme un signe de mauvaise volonté et de divergences entre les services de la Place Beauvau. Technopole a fait valoir au groupe de travail qu'elle n'était pas, malgré les promesses de J-P. Chevènement, associée à l'élaboration de ce texte, pourtant au coeur de ses préoccupations.

Les membres du groupe ne peuvent qu'insister pour la publication rapide d'une circulaire capable de concilier les impératifs d'ordre public et la légitime expression d'un mouvement créatif.

Ils recommandent également tant aux représentants du milieu techno qu'aux pouvoirs publics de créer **une concertation interministérielle.**

De même, ils plaident pour une politique de mise en conformité des lieux, laquelle fonctionne dans d'autres secteurs tels que le théâtre par exemple. Les impératifs de sécurité des personnes sont trop graves pour qu'une action énergique ne soit pas menée dans les plus brefs délais sur ce point.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

D'une façon générale, le travail effectué par l'association Technopole mérite à l'évidence un soutien actif et financier du ministère de la Culture pour lequel Mme Trautmann a commencé à agir et qu'elle pourrait opportunément développer.

Il va de soi que le mouvement techno n'est pas le seul à rencontrer des difficultés spécifiques qui, comme telles, nuisent à sa reconnaissance. Pensons ainsi, par exemple, au «trash metal». Toute évolution positive pour la techno doit donc être pensée en référence à d'autres musiques.

II-II SOUTENIR LA CRÉATION LOCALE

La spécificité des musiques actuelles tient notamment à leur double appartenance au champ du spectacle vivant et à celui des industries culturelles. Ace titre, comme le note le rapport Rigaud, c'est «un terrain où se joue l'avenir de notre culture», relevant que le disque «est presque totalement délaissé» par le ministère.

D'un point de vue macro-économique, la production phonographique se porte plutôt bien. Mais ne pas dépasser ce constat, revient à porter la même considération à une compilation de tubes des années 1970 (largement promotionnée et distribuée) et le premier album d'un jeune groupe créatif qui, statistiquement, n'a quasiment aucune chance d'accéder à l'essentiel des points de ventes ou aux médias de masse.

En matière de production, les enjeux culturels que constituent le pluralisme musical et le renouvellement des talents sont donc confiés au marché. Le groupe souhaite souligner ce qu'il réalise tout en marquant les limites. Là encore, le manque de certains chiffres se fait cruellement sentir.

5 majors dominantes et actives.

Les cinq majors (filiales de multinationales), archi-dominant sur le marché au niveau de la distribution, détiennent, en revanche, une position moins forte au niveau de la production (sans doute de l'ordre de 50%).

Les efforts qu'elles consentent en matière de production française de «nouveaux talents» et de premiers albums sont très significatifs et en très nette progression: en quantité d'albums, de 1994 à 1997, les progressions sont respectivement de + 265%, + 171 % et +108 %. Le premier semestre 1998 confirme cette tendance.

Ces efforts sont d'autant plus méritoires qu'ils portent sur des catalogues pour lesquels la rentabilité est beaucoup plus incertaine que pour d'autres (ancien, anglo-saxons,...).

Al'inverse, en quantités brutes (54 premiers albums) et en diversité (essentiellement de la chanson pop-rock et du rap), cette production appréciable ne saurait suffire à couvrir les enjeux culturels de la production.

.../...

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Enfin, et même si en France cela semble bien établi, ce dynamisme des majors en faveur de la production locale et des nouveaux artistes ne peut pas être considéré comme définitivement acquis. Rien en effet, ne permet d'exclure que l'état-major international d'une de ces sociétés, ne lui impose un changement de stratégie.

Une production indépendante fragile, atomisée et dynamique

Aux côtés des majors, «*L'Officiel de la musique*» recense pas moins de 473 labels et maisons de disques indépendantes ayant une activité professionnelle et régulière. Là encore, les situations sont d'abord disparates : quelques PME artisanales coexistent avec une foule de micro-structures. En revanche, leur activité est majoritairement centrée sur la production française et les nouveaux talents et ne peut que rarement s'équilibrer par l'exploitation de catalogues déjà amortis (fonds ou étranger).

Créées par des passionnés, le plus souvent sans réels moyens financiers initiaux, ces structures doivent presque toujours faire face à de réelles difficultés de croissance.

Si ce ne sont pas toujours en tant que tels les coûts d'enregistrement qui sont problématiques, ce sont en revanche les moyens de promotion qui font cruellement défaut pour accompagner l'artiste et la mise en vente du disque.

Le manque chronique de trésorerie et d'actifs du secteur est la cause première de fragilité et de l'incapacité, trop souvent, de conserver l'artiste en contrat.

Comme le soulignait le rapport préalable au Plan Label, " Structurellement, l'activité de découverte phonographique, (c'est-à-dire le coeur de leur activité, ndr) génère des besoins en fonds de roulement ". Pour franchir, les différents paliers de l'activité de production, les labels sont donc entraînés vers une recherche du succès rapide. Ou plus concrètement, bricoler entre les soutiens des organismes professionnels, les avances de distributeurs qui sont par ailleurs leurs concurrents et de très hypothétiques concours bancaires.

Pourtant, faute de meilleurs indicateurs, le nombre et la nature des producteurs indépendants attestent qu'ils sont indispensables au pluralisme et au renouvellement de la production phonographique.

Un système de soutien efficace mais incomplet

L'Etat ne peut plus se contenter de déléguer l'essentiel des enjeux de la création phonographique au secteur privé. Outre la création d'un pôle d'expertise, au sein ou sous la tutelle directe de l'administration, et la mise en place des outils d'observation adéquats, le ministre de la Culture doit compléter le dispositif actuel de soutien à la production phonographique qui ne relève quasiment que des professionnels.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

C'est un système global qu'il faut inventer qui, pour être efficace, doit reposer sur les mécanismes suivants :

1°) Un acquis à renforcer : les aides sur projet des professionnels.

L'essentiel du soutien à la production provient des sociétés civiles et du Fonds pour la création musicale (FCM). Au total, c'est environ 10 MF qui y sont consacrés chaque année (dont une part minoritaire mais non négligeable pour les musiques classiques). La comparaison de l'étude de G. Castagnac, précitée, et des chiffres partiels dont nous avons disposé fait apparaître que ni le montant moyen des aides (environ 50 000 F) ni le nombre d'aides total (un peu moins de 200 dont les cumuls d'aides émanant de plusieurs organismes différents) n'ont sensiblement varié de 1992 à 1997.

Ces aides, le plus souvent déterminantes, n'ont donc pas pu accompagner l'inflation des coûts de production et encore moins celle - bien plus nette - des coûts de promotion. Par ailleurs, il serait exagéré de parler d'une avalanche de demandes, mais il est clair qu'à bien des égards les critères de recevabilité des demandes ou encore la technicité des dossiers (en regard des montants d'aide escomptés) constituent, pour ces organismes, un moyen de gérer la pénurie. Tout en rappelant leur importance, il faut considérer qu'elles ne touchent qu'une part limitée et insuffisante du nombre de productions relevant des enjeux culturels qui nous semblent devoir être défendus par les pouvoirs publics.

La Commission invite donc le ministre à renforcer très significativement les budgets des aides sur projets, pour opérer un réajustement à la hausse de leur montant moyen et un élargissement significatif du nombre de dossiers soutenus.

Il pourra, à cette fin, se rapprocher de ces organismes, pour parvenir à une meilleure coordination. Il faudra procéder sans doute à la définition de nouveaux programmes et à l'élargissement des critères de recevabilité, et certainement les rendre plus homogènes tout en cherchant à les simplifier.

2°) Les aides aux Vidéomusiques

Outre l'aide à la production phonographique stricto sensu, seuls le FCM (avec le concours du CNC), la SCPP et la SPPF donnent des subventions pour la création de vidéomusiques. Ces soutiens sont indispensables pour assurer une production de qualité notamment vis-à-vis des producteurs indépendants et aussi des nouveaux talents produits par les majors.

Face au rétrécissement des possibilités d'exposition et d'amortissement que propose la télévision dans son ensemble, la production de vidéoclips est une activité fragile voire en difficulté. Elle reste pourtant l'un des moyens clefs de la promotion des nouveaux talents et des nouvelles productions. Elle constitue en outre un laboratoire et un tremplin pour les jeunes professionnels et les nouvelles techniques de l'image.

L'analyse du programme du FCM est éloquente : 2,3 MF (dont 0,4 du CNC) sont distribués à une petite cinquantaine de projets.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

On note d'abord la baisse tendancielle du nombre de demandes recevables (de 157 en 1991 à 91 en 1997) qui souligne la crise latente du secteur. On relève ensuite le choix apparent d'une gestion du budget disponible qui porte essentiellement sur le nombre de projets aidés (en baisse les années de pénurie) et non sur le montant moyen de l'aide (quasiment stable sur la période). Cela souligne que, faute de pouvoir augmenter ses budgets, le FCM cherche à maintenir un niveau de soutien significatif.

Le soutien professionnel aux vidéomusiques perd ainsi de son impact : la stabilité des montants moyens d'aide ne permettent pas de faire face à la réelle inflation des budgets de production des clips (+ 8% de 1996 à 1997 sur le total des projets aidés par le FCM, par exemple).

La commission attend du ministère sur ce point un soutien financier qui devra donc (à l'inverse du disque) porter d'abord sur un relèvement significatif du montant moyen des aides, puis sur un élargissement du nombre de dossiers aidés.

3°) Un effort à prolonger : les garanties bancaires

Depuis fin 1992, le ministère et les professionnels négocient avec l'Ifcic, la mise en place de mécanismes de garanties bancaires spécifiques à la musique.

Depuis 1996, c'est enfin chose faite par deux programmes de garantie à 50 % des concours bancaires. Mais, en deux ans seulement, sept projets ont bénéficié de ces garanties (pour un montant total de 6 MF, alors que le potentiel de prêt est de 35 MF). Derrière cet échec relatif, la Commission voit d'abord la lente montée en charge d'un mécanisme imparfait mais nécessaire.

A l'inverse du cinéma pour lequel l'Ifcic semble plus opérationnel, les dossiers « musicaux » sont unitairement peu importants en montant. Trois facteurs se conjuguent pour opérer un certain découragement des producteurs :

- La technicité des dossiers est hors de proportion avec les moyens humains des structures et, le plus souvent, avec les moyens demandés.
- La possibilité de recourir au système mieux connu des avances de distributeur (ou de licencié) même s'il revient le plus souvent à mettre en jeu les marges et/ou l'autonomie du producteur.
- La méconnaissance totale qu'ont les banques françaises de la production musicale et de ces spécificités comptables et fiscales.
- Enfin, les professionnels impliqués dans la gestion de ces fonds regrettent que l'information fournie par l'Ifcic sur le fonctionnement soit aussi déficiente : ainsi leur semble-t-il difficile d'obtenir des précisions quant à l'utilisation des moyens du ministère contractuellement affectés aux « garanties musicales » en contrepartie de leurs propres participations.

En conséquence, le mécanisme des garanties bancaires de l'Ifcic :

- doit être approfondi et poursuivi, mais la question de sa gestion par l'Ifcic doit éventuellement être posée.

- doit être simplifié notamment en permettant pour les dossiers inférieurs à 1 MF d'avoir accès à des garanties à 100 % (ce qui évitera les mécanismes beaucoup trop complexes à ce niveau de montant du type couloirs A/B) et les autres dossiers avoir accès à des garanties de 70% ; par ailleurs, l'intervention de l'Ifcic pourrait peut-être utilement se produire avant le dépôt de la demande de crédit auprès de l'établissement bancaire et non après, comme c'est le cas aujourd'hui. .../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

- Ce mécanisme ne prendra sa vraie mesure que si le ministère organise une information en direction des banques sur les spécificités de la production phonographique (et notamment sur pourquoi la vraie richesse des entreprises ne peut apparaître dans leur bilan comptable)

4°) Un principe à relancer : l'exemple du «Plan Labels».

De 1990 à 1992, le ministère a consacré 8,1 MF au soutien direct de cinquante-quatre entreprises (micro et petites) de l'ensemble du secteur musical.

Comme le souligne le rapport de G. Castagnac (précité), «il a fait exister plusieurs dizaines de disques» et «attiré l'attention des majors sur le rôle indispensable (des producteurs indépendants) dans le renouvellement de la création». Mais surtout, en demandant aux labels de bâtir leur dossier non seulement sur leur cohérence artistique mais aussi sur leur stratégie économique (financement de la production, positionnement par rapport à l'édition graphique et à la distribution,...), le plan Label eut une fonction pédagogique fondamentale. Pour beaucoup, il a non seulement permis de répondre à des tensions financières urgentes, mais aussi accompagné significativement les évolutions des producteurs qui leur permirent ensuite de mieux gérer leur croissance.

En complément amont du soutien par les garanties bancaires, la relance par le ministère d'un programme de ce type est une nécessité.

5°) Une politique à afficher : le principe d'un compte de soutien.

Réclamé de longue date par de nombreux professionnels, et notamment l'UPFI (encore que pas unanimement), la création d'un compte de soutien relève quasiment du mythe dans les débats professionnels.

En le faisant **financer soit par abondement budgétaire de l'État, soit par l'instauration d'une parafiscale sur les ventes de disques (qui ne peut guère s'envisager qu'à l'occasion d'une baisse de la TVA), soit encore par un élargissement des emplois du COSIP adossé à la création d'un Centre national de la musique (qui sera évoqué ci-après)**, le ministère peut se donner l'occasion de combler rapidement et significativement le retard qu'il a pris dans l'accompagnement culturel de la production phonographique.

Selon le mode de financement retenu, un tel compte permettra au ministère,

-soit de reprendre l'initiative sur l'aide à la production phonographique et d'ouvrir le débat avec les organismes professionnels autour du renforcement, de l'élargissement et de la coordination des aides sélectives ;

-soit de mettre en place un mécanisme de droit de tirage automatique, analogue à celui du cinéma, parallèle à l'action des professionnels et aux autres programmes nécessaires.

Dans tous les cas, la Commission estime qu'une avancée de cet ordre permettrait au ministère de jouer enfin son rôle dans la gestion des enjeux culturels de la production phonographique comme il le fait pour toutes les industries culturelles comparables.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

II-III ASSURER UNE MEILLEURE DIFFUSION AUDIOVISUELLE DE LA MUSIQUE

La place des médias comme vecteur de diffusion des musiques actuelles n'est pas à démontrer : national ou local, le média radiophonique ou télévisuel est un facteur décisif pour qu'un artiste accède à une certaine notoriété.

Il existe bien sûr quelques cas - Louise Attaque en est un à l'heure actuelle, Mano Solo en est un autre - où l'on constate que la scène et le bouche à oreille, sans publicité télévisée ni moyens massifs de promotion, permettent parfois de prouver qu'au principe correspondent inévitablement quelques exceptions.

Mais, de façon générale, qu'on le regrette ou qu'on s'en félicite, les médias sont un point de passage obligé pour se faire connaître du public, tout au moins pour ce qui concerne le secteur de la variété française traditionnelle, certains types de répertoires pouvant être accessibles au public davantage grâce à la scène : jazz, musique du monde, techno, sont ainsi des domaines musicaux pour lesquelles les salles, les clubs, les festivals sont des lieux déterminants. Mais il n'en reste pas moins vrai que l'accès à un public massif est pratiquement exclu sans le relais des médias audiovisuels.

Or, plusieurs constats amènent à s'interroger sur les conséquences néfastes d'une politique de la part des médias qui menace le pluralisme musical.

- Premier constat : sous couvert de diversification, les chaînes de télévision et de radios se sont lancées ou vont se lancer dans une dérive inadmissible : l'accaparement d'activités d'édition, de production musicale incompatibles avec la déontologie, l'indépendance et une concurrence équitable.

Faut-il admettre que telle télévision privée ou publique contrôle une société d'édition phonographique intégrée dont les artistes sont auto-célébrés sur l'antenne non seulement dans le cadre de messages de publicité et d'auto-promotion mais aussi dans diverses émissions? Ainsi, Une Musique investit plus du double de son chiffre d'affaires en achat d'espace !... (tarifs bruts, cf annexe relative aux informations fournies par Carat).

Faut-il admettre qu'une société contrôlée par une puissante chaîne de télévision cumule les fonctions de producteur musical, d'actionnaire de salle de spectacles et de radios FM ?

Faut-il admettre que la radio musicale la plus puissante de France lance sa propre maison de disques et, d'ici quelques années, via son site Internet, puisse récupérer les droits multimédias d'artistes ?

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Il y a encore peu, les maisons de disques et les médias développaient des partenariats fondés sur des accords de coédition ou de co-exploitation, notamment à l'occasion des «tubes de l'été». Cette pratique, contestable, et qui devrait faire l'objet, à tout le moins, d'un code de déontologie strict - nous y reviendrons à propos de la publicité télévisée - a une limite, celle d'assurer quand même aux producteurs un contrôle minimal sur les conditions d'exposition des artistes. Mais avec la création d'activités de production indépendantes de tout accord avec les producteurs phonographiques, c'est à terme une dérive complète du système qui est en marche, notamment par l'accaparement des droits et les publicités hors écrans et la promotion sans frein des artistes produits en interne.

L'accaparement des antennes n'est pas admissible. L'application, jusqu'à la caricature, des seules recettes du système commercial est le meilleur moyen de stopper tout espoir que les médias prennent un seul risque. Dès lors que les fenêtres de programmation musicale sont limitées et que les médias deviennent eux-mêmes producteurs, pourquoi prendraient-ils soin de promouvoir à l'antenne d'autres artistes que les leurs et ce surtout quand on sait que déjà, sans cette pratique, les médias refusent de prendre le risque de mettre à l'antenne des artistes de faible notoriété ?

- Deuxième constat : la programmation musicale souffre d'un déficit chronique sur les antennes des radios comme des télévisions.

Notre paysage audiovisuel est un paradoxe : jamais, notre pays n'a connu autant de médias audiovisuels, nationaux ou locaux, jamais pourtant, l'exposition de la musique n'a semblé, à certain égards, aussi décevante.

En radio, les FM musicales sont en train de réduire chaque jour davantage le nombre de titres diffusés: selon IPSOS, les radios sont passés de 48 700 en 1996 à 38 000 en 1997 ; de même, le nombre des artistes différents est passé de 25 000 à 11 000 !...

On sait qu'un artiste comme Francis Cabrel n'a jamais cessé de dénoncer cette pratique des radios consistant, pour respecter les quotas, à rediffuser jusqu'à l'écoeurement, les mêmes artistes dont lui-même. Les Américains ont un terme pour décrire cette pratique, le «burn out» : un titre surexposé finit par porter tort à terme à l'artiste, le public se lassant et le délaissant progressivement.

Même si, bien entendu, cette tendance globale masque des disparités et occulte le rôle réel que jouent de nombreuses stations privées ou publiques, commerciales ou associatives, ou de nombreuses radios spécialisées dans tel ou tel répertoire de musiques actuelles, l'évolution constatée est inquiétante : elle signifie que l'accès à la notoriété est de plus en plus difficile ; elle signifie aussi que la création artistique est chaque jour de plus en plus «formatée» aux exigences des programmeurs de radio, ceux-ci étant eux-mêmes soumis aux desiderata des annonceurs.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

La loi du 1^{er} février 1994 sur les quotas a été délicate à gérer pour les radios qui ont dû s'adapter et beaucoup d'entre elles ont joué le jeu. Mais, aujourd'hui, elle est, qualitativement, détournée et trouve ses limites, lesquelles, au demeurant, étaient prévisibles. En effet, quel sens aura cette loi, dont il ne faut nullement remettre en cause le principe, s'il s'agit de constater que le quota porte sur 150 titres au lieu de 200 sur telle radio, sur 100 au lieu de 150 sur telle autre ?

En télévision, la critique porte sur la faible place de la musique. Le CSA a estimé à 6% de la durée globale des programmes des chaînes hertziennes la place consacrée à la musique, toutes émissions confondues, notant lui-même que les télévisions n'avaient en ce domaine pratiquement aucune obligation, mise à part M6, et qu'elles ne remplissaient pas de rôle pour la promotion de la musique.

À titre d'exemple, TF1 ne consacrait en 1997 que 4,7 % de sa durée d'antenne à la musique contre 33% aux jeux ou 17% au cinéma. France 2 ne faisait pas mieux, avec quelques émissions en «prime time» relevant davantage du divertissement que de la musique (cf annexe).

Les chaînes de télévision, ce qui est particulièrement discutable s'agissant du service public, ont ainsi délaissé les nouveaux répertoires, hormis lorsque le phénomène de «starisation» vient opportunément alimenter à bon compte une audience de masse ou en jouant de l'alibi des «émissions haut de gamme» démarrant après minuit.

Il est clair, dans ces conditions, que radios et télévisions, en tout cas celles qui recueillent aujourd'hui une part d'audience écrasante, ont renoncé, sauf exception, à prendre le moindre risque artistique. C'est une démission pure et simple au regard de leur mission.

-Troisième constat : la publicité télévisée a engendré des effets pervers qui aggravent les phénomènes de concentration.

Autorisée en 1987, la publicité pour le disque à la télévision, fondée sur le principe libéral selon lequel la publicité favoriserait le développement économique d'un secteur relativement peu puissant et, liée à la baisse de la TVA, permettrait la relance de la consommation, est aujourd'hui contestée.

Chacun s'interroge sur le paradoxe qu'il y a à proclamer que le disque est un bien culturel et à l'avoir inclus, à la différence du livre et des sorties de films en salles, à l'ensemble des biens de consommation ouverts à la publicité télévisée.

Chacun constate aussi que seules les plus puissantes sociétés phonographiques peuvent y accéder.

Chacun constate ainsi que la publicité télévisée concerne essentiellement trois types de disques :

- les «best of» d'artistes et les compilations thématiques (qui représentent environ 20 à 25% des ventes maximum) ;
- les «tubes de l'été», phénomène hyper-médiatisé même si, au final, ils ne représentent probablement guère plus de 5 à 6% des ventes ;
- les artistes de forte notoriété susceptibles d'entrer au «Top 50».

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

D'une façon générale, les maisons de disques n'investissent (au total 2,3 milliards bruts en 1997 avec comme leader Polygram) que si les ventes espérées sont supérieures à 100 000 exemplaires. En dessous de ce seuil, une campagne télévisée n'est pas rentable.

Bien entendu, des campagnes ont souvent lieu sans réussir à faire vendre autant de disques et c'est donc autant d'argent qui aurait gagné à être mieux utilisé.

Ce recours exagéré à la publicité a un effet déstabilisateur sur les artistes : en investissant brutalement de fortes sommes d'argent en publicité sans que les ventes suivent, les maisons de disques sont enclines à se séparer (trop?) rapidement de leurs artistes. La course à la réussite s'accélère ainsi de façon dangereuse alors même que le succès est une oeuvre de longue, très longue haleine.

Une chose est d'admettre, le cas échéant, que la publicité télévisée a globalement accru, souvent spectaculairement, le chiffre d'affaires global des ventes et permis à certains disques d'atteindre des performances remarquables, une autre est de dire qu'elle a évidemment accentué les déséquilibres dans la concurrence entre sociétés de production.

Il est clair, en effet, que les sociétés les plus modestes n'ont aucune possibilité d'acheter la moindre campagne ; il est clair aussi qu'un artiste en développement, aussi talentueux soit-il, ne pourra pas accéder à une telle promotion tant que ses ventes n'atteindront pas le sacro-saint seuil de 100 000, ce qui est déjà considérable. Il faut savoir, en effet, que des ventes de 25 à 40, voire 50 000 exemplaires constituent une réussite.

De l'ensemble de ces constats, le groupe de travail a tiré la nécessité de formuler les propositions suivantes :

1°) Fonder les conventions passées entre le CSA et les diffuseurs sur l'exigence du pluralisme musical.

Cette exigence est clairement exprimée quant à l'information et à la diversité en général des programmes proposés. Mais, en matière musicale, force est de constater que les conventions énoncent quelques vœux pieux qui ne peuvent pas faire une politique. La reconnaissance forte du pluralisme musical répondrait ainsi à un double enjeu culturel : la diversité de ce qui est donné à entendre aux auditeurs et la diversité des productions dont la diffusion est, à l'évidence, une source de débouchés primordiale.

2°) Agir, au nom du pluralisme, contre les concentrations verticales et assurer une véritable déontologie médias - producteurs

- La loi du 30 septembre 1986 contient des dispositions aux termes desquelles les chaînes de télévision ne peuvent directement ou indirectement contrôler une ou plusieurs sociétés de production audiovisuelle dans le secteur de la fiction (production lourde).

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

On constate, par ailleurs, de l'avis même de la DGCCRF et du CSA qu'aucun texte, en l'état, ne permet de circonscrire les évolutions décrites, encore moins d'y mettre un terme.

Dans ces conditions :

- le Gouvernement pourrait s'inspirer du précédent de la production audiovisuelle dans la loi du 30 septembre 1986 pour réformer celle-ci et empêcher la création de filiales d'édition et de production par les médias audiovisuels. Il est encore temps avant que le phénomène dénoncé ne prenne une telle ampleur qu'il sera impossible de revenir en arrière.

- D'autres mesures sont envisageables à l'égard des télévisions et des radios :
- déterminer un pourcentage maximum de diffusion, sous quelque forme que ce soit, des vidéogrammes et des prestations des artistes produits par des sociétés filiales ;

- compte rendu régulier et public (chaque mois par ex.) auprès du CSA de la part de diffusion des oeuvres et des phonogrammes et vidéogrammes sous quelque forme que ce soit et dans l'exploitation desquelles les chaînes ont un intérêt, y compris dans le cas de coexploitation.

- Il faut, enfin, que, par des mécanismes de négociation interprofessionnelle, soit adoptée une charte déontologique réunissant médias et producteurs de disques afin d'assurer entre eux des relations de transparence et moraliser les accords de partenariat qu'ils sont amenés à conclure pour la promotion des disques.

Un tel travail avait été mené fin 1989 - début 1990 par la Commission consultative pour le rock et les variétés, présidée par Y. Bigot (voir en annexe). Ce précédent pourrait utilement servir de base de discussion.

3°) Affirmer les missions du service public

La commission fait de la restauration par le service public de ses missions en faveur de la musique un axe central de ses propositions. Des mesures doivent être impérativement prises, sauf à admettre que l'audiovisuel public n'a de public que le nom et que les pouvoirs publics ont renoncé à tout espèce de volontarisme. Le service public peut encore avoir un sens. Encore faut-il le soutenir et cesser cette dérive permanente qui rend imperceptibles les différences entre le secteur privé et le service public.

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

A ce titre, la Commission recommande :

- la pérennisation, sous son nom actuel ou sous un autre, peu importe, du Mouv', aujourd'hui station expérimentale. Bien que n'ayant pu avoir accès au rapport remis par M. Brun Buisson à Mme C. Trautmann et pour s'en tenir au seul aspect de l'approche de la programmation retenu par les responsables de la station, le groupe de travail, à travers les avis du milieu professionnel, est convaincu qu'une telle radio peut avoir un impact très positif sur l'exposition des musiques actuelles. Associé à une fonction d'information à l'attention des jeunes, ce projet peut répondre à un besoin social réel. Y renoncer serait le signe d'un affaiblissement des missions musicales de Radio France.

- la mise en place d'une télévision musicale de service public numérique.

Indépendamment du débat actuel sur le sort du bouquet numérique de France Télévision, la stratégie de l'opérateur public doit intégrer la création d'une chaîne musicale ouvrant son antenne aux répertoires les moins accessibles, à la découverte de nouveaux artistes, au spectacle vivant, à la diversité d'une actualité musicale sortant des sentiers battus. Sans ignorer les coûts d'une telle structure, il ne semble pas qu'au regard des moyens considérables de France Télévision, un redéploiement soit absolument impossible. A priori, il semble envisageable de faire fonctionner une telle chaîne pour 50 à 100 MF/an (voir en annexe).

Pourquoi, en effet, ne pas faire ainsi pour les musiques actuelles ce que le service public vient de faire avec Mezzo pour la musique classique : y aurait-il deux poids, deux mesures ?

- le renforcement de la présence musicale sur les antennes de France 2 et France 3

A ce jour, les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques sont, en matière musicale, insuffisantes pour permettre à l'instance de régulation d'agir de façon efficace. En outre, c'est au Gouvernement de fixer les missions du service public.

La détermination de nouvelles obligations plus précises est, dans ces conditions, une nécessité, en particulier pour le service public, notamment sur les points suivants :

diffusion de vidéoclips de nouveaux talents ;

diffusion de magazines d'actualité musicale ;

diffusion de documentaires musicaux.

Néanmoins, la concertation paraît préférable en ce domaine. **La commission a demandé ainsi au CSA de mettre sur pied un groupe de travail «médias et musique»** dont on verra plus loin que s'il doit se consacrer à l'examen de la radio, il devra aussi traiter des missions du service public.

4°) Donner à la loi sur les quotas un véritable sens

par l'adoption de mesures assurant une exposition pluraliste de la musique à la radio

Contrairement aux commentaires en vogue et sans tomber dans le pessimisme, la loi du 1^{er} février 1994 instaurant un quota de diffusion de 40% de chansons francophones dont 50% de nouveaux talents ou de nouvelles productions, n'est pas totalement respectée :

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

1 - plusieurs radios musicales FM demeurent régulièrement en-deçà du seuil légal, Skyrock faisant exception avec une programmation rap qui a incontestablement eu un effet bénéfique;

2 - La part repective des nouveaux talents (artistes n'ayant pas vendu deux albums ayant été chacun disque d'or, soit au moins 100 000 ventes unitaires par album) et des nouvelles productions (dernier album inédit sorti par un artiste ayant déjà deux disques d'or) ne peut pas être calculé par le CSA faute de moyens

3 - toujours faute de moyens, le CSA n'est pas capable de mesurer le respect de la loi par les radios locales.

Par ailleurs, le quota est purement quantitatif et fait l'impasse sur la qualité de l'offre musicale. Or, la réduction du nombre d'artistes et de titres différents diffusés par les principales radios FM a été impressionnante entre 1996 et 1997. La tendance est à la réduction drastique des «play-lists»: comment espérer la moindre prise de risque dans ces conditions ? Par ailleurs, on sait que pour des raisons qui tiennent aux contraintes juridiques européennes, seul un quota linguistique est acceptable, ce qui a pour effet regrettable d'exclure toutes les musiques instrumentales ou encore électroniques, ce qui est un comble pour un secteur caractéristique du dynamisme musical français.

C'est pourquoi, sans délai, une concertation doit porter sur :

- des mesures associant l'application de la règle des 40% à des obligations qui, en fonction de critères croisés, puissent permettre de la moduler en développant le pluralisme musical (diversité des répertoires, nature des play-lists, efforts particuliers sur les nouveaux talents, aménagement des règles sur les musiques instrumentales...) ;

- un renforcement des moyens de contrôle du CSA, que ceux-ci passent par l'octroi d'une enveloppe budgétaire nouvelle ou par un redéploiement interne du budget d'étude et de contrôle dont la haute instance dispose ;

- une mise en valeur des radios de découverte qui font un vrai travail de terrain et méritent à ce titre d'être aidées et soutenues.

Les réflexions précises menées en ce domaine sont détaillées en annexe. Elles ont été d'ores et déjà évoquées avec le conseiller chargé de la chanson au sein de l'instance de régulation.

En effet, l'ensemble des questions relevant de la loi sur les quotas et du pluralisme de la programmation musicale à la radio doit être abordé dans le cadre d'un groupe de travail permanent «Médias et musique» qu'il appartient au CSA de créer, meilleur moyen de démontrer que ce dernier attache du prix à la promotion de la musique.

Ainsi, la Commission a d'ores et déjà demandé officiellement au président Hervé Bourges de le mettre en place. Le conseiller Philippe Labarde a accueilli très positivement une telle idée mais force est de constater que le CSA n'a pas répondu à notre demande avant la remise du présent rapport.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Il faut vivement souhaiter que le CSA agisse favorablement afin de mettre en place la nécessaire concertation entre diffuseurs et professionnels de la musique. Cette initiative est d'autant plus opportune que, faute de temps, la commission n'a, malheureusement pas pu engager de concertation avec les diffuseurs eux-mêmes.

Ce groupe de travail devra inévitablement étendre sa réflexion aux enjeux de la programmation télévisée, notamment le rôle du service public et ceci avec le concours du ministère de la Culture et de la Communication.

5°) Tirer les enseignements de dix ans de publicité télévisée

Les membres du groupe, pour avoir longuement débattu de la situation née de l'autorisation de la publicité télévisée pour le disque, ont conclu que celle-ci est globalement néfaste pour la production, particulièrement la production indépendante.

Partagé sur les mesures à prendre, le groupe retient deux tendances :

- la première consistant à proposer clairement le retour à l'interdiction comme pour le livre ou le cinéma ;
- la seconde consistant à demander la mise au point de dispositifs compensatoires.

1- Suppression pure et simple de la publicité télévisée

Les partisans de sa suppression pure et simple font valoir que les effets de la promotion publicitaire sont désastreux en concourant à une concentration inadmissible des moyens au profit de quelques sociétés. Ils font valoir, en outre, paradoxe des paradoxes que les 3,5 milliards investis n'ont même pas pour «contrepartie» la diffusion d'émissions musicales en nombre sur le petit écran.

Ils ajoutent que le poids écrasant du «Top 50» en est renforcé jusqu'à la caricature de même que celui des compilations. Lié au constat de la concentration des ventes en hypermarchés, ils estiment que seule la suppression pourra redonner de l'oxygène à la création et aux capacités de chaque producteur et alléger les pressions sur le travail artistique interne des maisons de disques.

Ils font également remarquer que le disque est culturel ou ne l'est pas, comme le livre : au nom de ce principe, on réclame une TVA à 5,5% mais on accepte la publicité, interdite jusqu'à présent aux autres biens culturels !

2- Maintien de la publicité télévisée

Les partisans du statu quo, tout en reconnaissant les effets pervers du système, sont partagés entre un réflexe de réalisme et une analyse moins pessimiste des effets de la publicité.

Certains estiment irréaliste de revenir sur une mesure de onze ans d'âge qui a structuré le secteur, d'autres jugent que la publicité a un effet dynamique global sur les ventes.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

La publicité générerait, dans cette optique, un trafic dans les magasins qui profiterait certes aux disques faisant l'objet de messages publicitaires mais aussi aux autres. En clair, la publicité rendrait le disque plus populaire et tirerait les achats.

De manière générale, si nous avons pu évaluer l'extraordinaire augmentation des investissements réalisés pour l'achat d'espace, nous n'avons pas pu mesurer l'impact sur la consommation générale. En 1987, lorsque la publicité fut introduite, il faut, en effet, se souvenir que, simultanément, le CD commençait à remplacer le vinyle et que la TVA est passée de 33,3 à 18,6%. L'explosion des ventes à partir de cette date est donc, de toute évidence, due à plusieurs facteurs, impossibles à dissocier avec pertinence.

Au-delà donc de l'approche économique, c'est en quelque sorte une sensibilité de nature éthique qui explique aussi pour une part le clivage entre partisans de la suppression et les tenants d'un statu quo.

Ces derniers pensent, néanmoins qu'une modulation de la publicité reste possible et que, sans remettre en cause le principe, on pourrait étudier des mesures de nature à réguler l'usage de la publicité.

Tenant sinon une synthèse tout au moins essayant de trouver un accord a minima entre tous, le groupe a formulé une proposition novatrice qu'il appartiendra au ministère de la Culture d'examiner dans le cadre de sa tutelle sur le CNC :

- Créer un fonds d'aides à partir des recettes issues de la publicité en y affectant une partie du montant de la taxe cosip gérée par le CNC.

Il s'agirait ainsi d'élargir à la musique le champ d'application de la taxe abondant le Compte de soutien aux industries de programme, issu de la taxe sur la publicité télévisée, selon un principe s'inspirant du partage des fruits de la redevance «copie privée audiovisuelle» entre image et sonore.

Al'appui de la note de réflexion figurant en annexe, le montant de ces aides pourrait atteindre quelques 80 MF par an.

S'il est clair qu'un tel système alimenterait en priorité l'audiovisuel musical, il ne faut pas perdre de vue qu'il pourrait, le cas échéant, servir à générer des aides à d'autres activités de la filière (voir ainsi ce qui est dit à propos des disquaires en liaison avec l'examen des aides du CNL pour les libraires et les recommandations en matière d'aides à la création).

II-I V DYNAMISER ET ASSURER LE PLURALISME DES RESEAUX DE VENTE DU DISQUE

Le constat est unanime :

- Les réseaux de distribution de détail du disque ne permettent pas d'envisager positivement l'avenir des musiques actuelles, en particulier lorsque celles-ci sont issues de producteurs ne disposant pas d'une taille suffisante pour être en mesure de négocier leurs référencements.

On sait que plusieurs compagnies internationales qui disposent d'un catalogue attractif ont déjà dénoncé les pressions commerciales de l'hyperdistribution. Les préoccupations qu'elles ont eu notamment l'occasion de faire valoir en 1996-1997 auprès de la Direction générale de la Concurrence (DGCCRF) ont clairement démontré que même les sociétés les plus puissantes ont les plus grandes difficultés à lutter à armes égales pour empêcher que le disque soit traité autrement que comme un produit d'appel.

C'est ainsi qu'a été adoptée, dans le cadre de la réforme de l'ordonnance du 1er décembre 1986, la notion de «prix abusivement bas» qui, de toute évidence, est très insuffisante, voire inopérante tant ses modalités d'application sont strictes et ne reflètent pas la situation d'ensemble de la distribution du disque.

Seuls des cas extrêmes de concurrence déloyale sont susceptibles d'être concernés sans que la pratique de prix d'appels généralisée soit menacée.

Dans ces conditions, il n'est guère difficile de comprendre combien les producteurs de taille moyenne ou petite n'ont pratiquement aucun espoir de voir leurs disques référencés ailleurs qu'à la Fnac, dans les Virgin ou les spécialistes. Or, comme ceci a été relevé précédemment, 60% au moins des disques sont vendus dans des hypermarchés pour lesquels, avec 2 à 5000 références, le disque ne représente que 1% de leur chiffre d'affaires.

La disparition dramatique des disquaires indépendants, situés en centre ville, seuls à même de fournir un conseil à leur clientèle et de commander, entraîne la quasi-impossibilité de faire connaître de jeunes artistes produits aussi bien par les labels indépendants que par les «majors». De plus de 2000 au début des années soixante-dix, ils sont environ 250 en 1998. L'hémorragie a été beaucoup plus violente que dans le secteur des librairies.

Le phénomène est particulièrement criant dans les villes moyennes de 100 000 habitants et moins. Et quand un disquaire spécialisé existe, c'est le plus souvent la FNAC dont la situation de monopole de fait n'est pas toujours de nature à créer une situation de concurrence saine, quels que soient les atouts de cette chaîne. Cette dernière domine de façon telle la vente de certains répertoires - jazz ou musiques du monde par exemple - que certains producteurs n'ont aucune marge de manoeuvre commerciale à son égard.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Le déséquilibre est flagrant : d'un côté, des hypermarchés qui vendent le disque avec une marge ridicule (5 à 7% dans la plupart des cas) facilitée en cela par la péréquation opérée avec le livre (le prix unique garantit la marge) et gérant un stock minimal, de l'autre des disquaires spécialisés qui ont besoin d'une marge de 25 à 40% pour gérer un stock de 20 à 50 000 références.

S'ajoute à cela une extraordinaire hétérogénéité de prix, qui est un facteur de destabilisation pour le public, le prix d'un même CD pouvant aller de 95 F à 150 F dans une même zone de chalandise.

On relève aussi que la France, bien que disposant d'une création dynamique et riche, qu'il s'agisse notamment du jazz, de la techno ou du rap, n'a pas une consommation de disques très élevée. En moyenne, chacun de nos compatriotes achète deux albums par an. Par foyer, les Français achètent 5,5 albums par an contre 8,5 en Grande-Bretagne, 7,5 aux Pays-Bas ou 6,1 en Allemagne.

Le développement spectaculaire du format court (environ 40 % par an depuis 1995) marque, pour une part, le signe que les jeunes s'orientent vers des achats économiques, les ventes d'albums baissant.

Ce constat est très préoccupant. Chacun sait, en effet, qu'une carrière se construit sur la réalisation d'albums et que les producteurs eux-mêmes ne peuvent espérer de retour sur investissements que sur les ventes de formats longs.

C'est pourquoi même si le format court, en générant des coûts de productions plus modestes, constitue une opportunité de démarrage de carrière, la pérennité d'une production dynamique capable de former les catalogues discographiques de demain passe par une relance de la vente d'albums.

Ce double constat : concentration excessive des réseaux de vente et consommation fragile, a amené la commission à poursuivre un objectif clair :

- faire cesser le redoutable engrenage de la vente des disques comme produits d'appels
- relancer la consommation globale

Pour ce faire, il convient d'adopter trois types de mesures dont la mise en oeuvre pourrait redynamiser la distribution.

1°) instaurer un prix unique

La majorité des producteurs phonographiques partage l'idée que la situation actuelle ne peut plus durer. On sait que le Snep avait, en vain, milité pour un coefficient multiplicateur dont l'objectif était d'imposer une marge minimale de revente au détail. Le Gouvernement Juppé n'en a pas voulu et c'est ainsi qu'a été adoptée, par défaut, la mesure sur le prix abusivement bas.

Aujourd'hui, l'UPFI a officiellement relancé le dossier sur l'instauration du prix unique. La plupart des producteurs indépendants et plusieurs majors y sont favorables.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Les opposants font valoir deux risques sérieux : celui de favoriser les imports intra-communautaires et celui de provoquer un effet inflationniste particulièrement sensible vis-à-vis de consommateurs jeunes. Ils contestent notamment l'idée selon laquelle le prix unique permettrait de diminuer le montant des remises consenties aux grandes surfaces.

Cependant, même si certains effets d'un prix unique sont, en effet, délicats à anticiper, pour une majorité d'acteurs, les conditions actuelles de distribution ne pourront qu'être améliorées par un dispositif de prix unique.

Apriori, l'impact premier du prix unique sera de restaurer automatiquement une marge pour la vente au détail, ce qui devrait amener les éditeurs phonographiques à pouvoir réduire les remises arrières. Le prix de gros devrait donc baisser.

En outre, **le risque d'import est réel mais les éditeurs auront tout intérêt à éviter que leurs prix de gros soient supérieurs à ceux pratiqués dans les autres Etats de l'Union, ne serait-ce qu'à cause de l'Euro.** La menace des imports aura ainsi un effet vertueux.

Enfin, il y a fort à parier que le prix unique fera porter les efforts de promotion et de marketing sur le contenu artistique et non plus sur le prix, celui-ci devenant accessoire dans la « guerre » des éditeurs et des enseignes pour attirer les consommateurs.

Ceci étant, chacun s'accorde à reconnaître, et c'est pourquoi il faut une véritable politique d'ensemble du disque, **que des mesures complémentaires à l'instauration du prix unique, sont nécessaires : TVA à 5,5% et soutien à la distribution (de détail traditionnelle comme aux nouvelles formes de commerce électronique).**

2°) Soumettre le disque au taux de TVA réduite

Nul n'ignore que cette proposition est déjà ancienne et que la commission n'innove guère en la proposant. Le ministère de la Culture s'est engagé en faveur d'une telle mesure, les producteurs de disques et les enseignes spécialisées se sont fortement mobilisés.

Le propos n'est donc pas de dresser dans ces pages un argumentaire de plus qui serait pure redondance. Il est d'appeler solennellement l'attention des pouvoirs publics, le ministère de la Culture, celui des Affaires européennes et le premier ministre pour relancer activement le dossier auprès de Bruxelles et s'assurer que le ministère de l'Economie et des Finances, très en retrait depuis plusieurs mois comme en témoignent les réponses aux parlementaires, n'entend pas remettre en cause le principe de cette réforme acceptée par J. Chirac et L.Jospin.

Nul ne comprendrait que le Gouvernement français n'ait pas fait tout ce qui était en son pouvoir pour obtenir cette mesure d'équité.

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Rappelons seulement quelques éléments à ce sujet : dès lors que la majorité des acheteurs de disques sont jeunes et, musique classique exceptée, appartiennent à des classes sociales intermédiaires et souvent même modestes, l'Etat, en maintenant une TVA élevée, pénalise la consommation auprès d'une catégorie non privilégiée. N'y a-t'il pas quelque aberration à perpétuer ce système?

Chacun sait cependant qu'il ne faut plus, sur ce point, se jouer de mots : l'irréductible opposition de la majorité des Etats membres et du Commissaire européen chargé du dossier, M. Mario Monti, laissent très peu d'espoir pour qu'une réponse positive soit apportée à cette revendication.

Il faudrait sans doute une implication politique exceptionnelle de la France au plus haut niveau de l'Etat pour espérer un changement, notamment si l'Union européenne examine globalement l'harmonisation des taux de TVA. On peut alors imaginer qu'à l'occasion d'une redistribution générale des cartes concernant le régime de la fiscalité directe, la France obtienne une mesure favorable à l'application du taux de TVA réduite au disque, laquelle, rappelons-le, ne serait qu'une faculté ouverte aux Etats membres et non pas une obligation.

3°) Structurer un dispositif d'aides aux disquaires et aux commerces multiculturels de proximité

En l'état, **il n'existe aujourd'hui pour les disquaires qu'une procédure issue du Fisac** mise en place en 1995 sur l'initiative conjointe des ministères de la Culture et du Commerce. Cette aide limitée a concerné la modernisation d'une quinzaine de points de vente. Ce n'est pas négligeable mais c'est peu. Tout semble se passer comme si les aléas de l'activité de disquaires rendait assez vain tout espoir de voir la situation s'améliorer. On peut a priori penser, au contraire, qu'entre une baisse de la TVA et l'instauration d'un prix unique, même si ces deux mesures auraient dû intervenir il y a quinze ans, l'espoir renaîtra. Alors des mécanismes d'aides pourraient utilement soutenir une reprise du secteur.

Ainsi, ce qui se fait à l'initiative des pouvoirs publics et des professionnels dans le secteur du livre, notamment à travers le Centre national du livre (CNL) doit inspirer des mesures d'aides :

- modernisation des lieux de vente ;

- développement des stocks, achat de fonds liés à la création et à des inédits : il pourrait s'agir de co-financer l'achat de disques constitutifs d'un fonds de catalogue de création (répertoires pointus, jeunes talents etc...);

- renforcement des garanties accordées par l'Ifcic sur des prêts bancaires qui, jusqu'ici ne concernent (voir précédemment) que les producteurs phonographiques : il faudrait alors, de toute évidence, avoir des critères assez souples (70% garantis au lieu de 50%), et probablement, faire en sorte que l'avis favorable de l'Ifcic précède la demande de prêt bancaire ;

- il convient aussi de réfléchir à des mesures incitatives pour la distribution sur Internet, étant entendu que les «disquaires virtuels» comme les vepécistes doivent avoir droit aux mêmes aides que les disquaires traditionnels. Il est, en effet, fondamental que le commerce électronique de la musique ne finisse pas par relever de quelques mastodontes liés aux industries des «tuyaux» ;

- Il convient enfin de réfléchir à des formations aux métiers de disquaires, élément cohérent et même indispensable au regard de l'objectif général de multiplier des points de vente.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Ces aides pourraient être accueillies au sein d'une nouvelle structure telle qu'un Centre national de la musique, proposition qui est détaillée plus loin.

D'une façon générale, les membres du groupe pensent qu'une réflexion sur ce que doivent être les magasins culturels, pour être pertinente, doit embrasser les divers biens culturels, au-delà de la musique stricto sensu : livres, disques, vidéos, CD-Rom... susceptibles d'être disponibles dans un même lieu de vente.

Il faut que l'Etat comme les communes puissent faciliter l'implantation de tels magasins ou leur modernisation et les penser en relation avec le public jeune qu'ils attirent en priorité (ouverture le soir, le dimanche, proximité d'un autre lieu culturel tel que cinémas, musées, bibliothèques-phonothèques-médiathèques...). **Une concertation avec l'Association des maires de France serait la bienvenue et, d'une façon générale, le Gouvernement serait bien inspiré d'intégrer cette réflexion dans celle, plus large, de la politique d'aménagement culturel du territoire.**

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

II-V ASSURER UNE MEILLEURE STRUCTURATION DES METIERS

La Commission a globalement analysé la question des métiers comme une question transversale.

1°) De ce point de vue, il importe de souligner que le régime des intermittents du spectacle constitue un enjeu fondamental alors qu'il traverse une crise profonde.

Aucune remise en cause ne serait admissible dès lors que ce système est la seule et unique garantie pour une protection minimale. La précarité est telle qu'il faut le consolider tout en restant ferme sur les abus auxquels il a pu conduire de la part de professions se réclamant contre toute évidence du secteur artistique.

2°) Définir et reconnaître les relations contractuelles entre artiste et manager

Les relations contractuelles entre artiste et manager ne sont pas clairement définies et reconnues. La rémunération du manager ne l'est pas non plus, ce qui laisse la porte ouverte à toutes les dérives, trop souvent au détriment de l'artiste lui-même. Ceci ne manque pas de poser de graves problèmes puisque le manager doit être l'intermédiaire entre l'artiste et les autres intervenants dans la gestion de carrières.

La question de la gestion de carrières et de son cadre juridique ou contractuel est donc essentielle. Ce «vide» réglementaire est un souci pour toute la filière des musiques actuelles et pénalise les artistes : en effet, plus encore que pour le secteur classique et plus généralement des musiques dites savantes, la place de la musique enregistrée y est prépondérante avec dans certains cas des enjeux patrimoniaux et financiers sans commune mesure avec le spectacle vivant.

Le groupe recommande donc que le ministère de la Culture prenne l'initiative d'une réflexion sur la gestion des carrières d'artistes.

Il souhaite que cette mission puisse être confiée à un juriste qui devra s'entourer des professionnels de la filière et des représentants des différents ayants-droit impliqués dans la promotion des artistes (artistes, éditeurs, producteurs, entrepreneurs de spectacle). Le groupe insiste sur le fait que ce travail ne doit pas se limiter à l'un ou l'autre des aspects des carrières d'artistes (disque, spectacle vivant ou autre) car l'enjeu est bien de **définir les conditions des relations entre l'artiste et la personne à qui celui-ci entend confier la gestion de sa carrière dans sa globalité au mieux de ses intérêts tant scéniques que discographiques ou autre.**

II-VI RENFORCER ET STRUCTURER LES ACTIONS A L'EXPORT

Notre débat a porté essentiellement sur les structures d'aides à l'export.

Que constate-t'on ?

- Des logiques professionnelles hétérogènes mais volontaristes :

Pour les artistes et les managers ainsi que les producteurs de spectacle, n'oublions jamais que l'exportation est un choix lourd. Elle implique des contraintes proches de celles que connaissent les débutants. Certains ne le font pas. Il est notamment des artistes qui n'y voient pas assez d'intérêt pour s'y investir. Nous devons le noter sans pouvoir le juger.

Pour les producteurs phonographiques, filiales de multinationales, l'exportation est devenue un outil de développement possible : des responsables export ont été recrutés et ont reçu un minimum de moyens et de latitude stratégique. C'est une réalité très positive mais fragile, susceptible, en effet, d'être brutalement remise en cause par les sociétés-mères, en fonction des résultats commerciaux obtenus en France.

Pour les producteurs phonographiques indépendants, c'est une nécessité vitale. Mais le manque de moyens rend la travail effectué pour le moins aléatoire et fragile. La lenteur et la lourdeur des actions à l'export sont bien plus considérables encore que les actions à mener sur le marché national pour obtenir un succès.

Dans ces conditions, il est difficile de construire une stratégie globale. Il faut pourtant en développer une, fixer des priorités par zone même si toute stratégie reste liée d'abord et avant tout à chaque carrière d'artiste.

On ne peut pas décréter dans l'absolu que tel pays ou tel répertoire est ou n'est pas a priori une zone ou un secteur en général de l'exportation. C'est une difficulté à intégrer.

- l'existence au sein du ministère des Affaires Étrangères, à travers la Direction générale de la recherche, culturelle, scientifique et technique et l'Afaa, d'une mobilisation qui se renforce d'autant plus que le réseau culturel à l'étranger a tendance à mieux accepter de jouer un rôle positif pour les musiques actuelles. Néanmoins, les aides de l'Afaa restent marginales : environ 3,5 MF par an (à vérifier).

Pour autant, et sachant que la concurrence entre ministères est néfaste par définition, **la rue de Valois reste d'une discrétion regrettable** concernant l'action complémentaire qu'elle pourrait mener en liaison avec le Quai d'Orsay.

.../...

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

De toute évidence, des querelles de services, associées à l'octroi de budgets trop faibles, autant dire ridicules, interdisent de considérer qu'aujourd'hui, le ministère de la Culture a mis en place une véritable politique en ce domaine. L'orientation favorable de la DMD reste tributaire, pour convaincre, d'un accroissement des crédits, aujourd'hui d'1,5 MF.

- l'existence du Bureau export de la Musique française, créé par le Snep, recueille un jugement positif des professionnels dans la mesure où il est devenu un outil de conseil précieux pour eux. Cette structure, qui travaille avec un budget global de fonctionnement d'environ 1,7 MF n'a cependant pas assez de moyens financiers et humains. Au total, l'ensemble des moyens de fonctionnement et d'intervention du Bureau représentent 5% de ceux d'UniFrance, son homologue pour le cinéma. Le ministère ne lui verse que 350 000 francs pendant que, via le CNL, il en consacre 40 millions à l'exportation du livre.

Le maintien de tels déséquilibres est injustifiable et ne peut que conforter chaque jour les professionnels dans l'idée que la rue de Valois se désintéresse totalement des enjeux vitaux de l'exportation musicale dont on ne rappellera jamais assez qu'elle est souvent le seul moyen de survie des producteurs indépendants.

- Faute de moyens, la politique de soutien à l'exportation est vouée à rester un gadget frustrant voire démotivant pour tous ceux qui s'y consacrent et cherchent à l'améliorer, y compris par exemple la SDRM qui semble disposée à trouver des règles de rémunération de ses ayants-droits moins pénalisantes pour les producteurs et aussi pour **Francophonie Diffusion** qui, par son action envers des centaines de radios, a su créer des habitudes d'écoute et de programmation.

- la coordination Afaa -Ministère de la Culture - Bureau Export - professionnels n'est pas satisfaisante : exception faite de la réussite du Bureau de la chanson française en Allemagne et d'opérations liées à certains festivals à l'étranger, nous manquons cruellement de synergies.

Les orientations qu'il convient de retenir consistent à ne pas remettre en cause de fond en comble ce qui existe, à savoir une double logique, culturelle et professionnelle, mais à parfaire la situation actuelle

1°) Maintenir une double action, à dominante culturelle d'une part, à dominante professionnelle d'autre part en instituant impérativement des passerelles entre action publique et action privée.

L'Etat a légitimement mission d'intervenir pour promouvoir la culture française à l'étranger via l'Afaa.

Encore faut-il que les musiques actuelles soient réellement accueillies comme une partie de la vitalité culturelle et de l'image de la France.

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Il convient, dès lors :

- **de modifier la part encore très modeste que représente le soutien aux musiques actuelles ;**
- **d'assurer la nécessaire modernisation des réseaux culturels à l'étranger**

- **Le ministère de la Culture, dans le cadre de la nouvelle Direction mise en place par D. Wallon et le DAI d'une part, le ministère des Affaires Étrangères d'autre part, doivent significativement augmenter les crédits d'intervention (par 25 ou 30)** pour initier une véritable politique qui, à ce jour, relève du saupoudrage.

- **Il faut structurer des réseaux à long terme** : Après l'Allemagne et les Etats-Unis, un projet d'implantation d'un bureau de la musique est à l'étude à Londres. Cette initiative est excellente et doit être prolongée par une réflexion identique à l'Espagne, l'Europe centrale, l'Amérique du sud, l'Asie et sans doute l'Afrique.

Le secteur privé, pour sa part, a entamé une action à l'exportation qu'il faut encourager impérativement.

- **Renforcer les moyens du Bureau export.**

De toute évidence, les moyens du Bureau Export sont insuffisants pour que cet organisme remplisse efficacement son rôle de conseil et de plaque centrale d'information, notamment dans le cadre de la mise en place d'une base de données et d'un site Internet.

Son plan d'action stratégique, qui figure en annexe, montre assez, même si le groupe ne s'est pas senti autorisé à l'approuver en l'état, que **des moyens complémentaires doivent lui être octroyés et ce, dès lors qu'il s'oriente vers la prise en charge de missions d'intérêt général peu discutables**: conseil, information, sensibilisation des professionnels, outil documentaire, présence sur les festivals et les salons à l'étranger...

Il faut souhaiter que les organisations professionnelles et les ministères concernés acceptent donc de le soutenir financièrement.

2°) Coordonner d'une façon permanente les actions à l'export.

Les interventions de différents partenaires publics et privés, si elles répondent à des considérations parfois différentes qu'il ne faut pas confondre, doivent, néanmoins, être coordonnées pour ne pas aboutir à une dilution des politiques menées.

La concertation entre l'administration et les sociétés privées est indispensable de même qu'entre les différents guichets d'aides. Cette concertation existe mais elle n'est pas assez formalisée pour permettre la définition, même a minima, d'une stratégie.

Un **Comité Export** existe en principe mais, dans les faits, ne se réunit pas. **Pourquoi, dans ces conditions, ne pas en restaurer la fonction, quitte à en revoir sa composition, son statut et ses missions ?**

II^{EME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

II-VII OBTEINIR UNE VERITABLE RECONNAISSANCE DES INDUSTRIES MUSICALES PAR ET AU SEIN DU MINISTERE DE LA CULTURE

Le constat est malheureusement unanime : les acteurs économiques de la filière musicale ne se sentent pas reconnus rue de Valois. Malgré les progrès réalisés depuis 1981, tout se passe comme si, éternellement, le livre et le cinéma devaient être les deux secteurs économiques légitimes, seule la musique classique et contemporaine étant pour sa part admise.

Sans doute, les professionnels eux-mêmes ne sont pas tout à fait étrangers à cet état de fait. Sans doute auraient-ils gagné à être parfois plus unis, moins prompts à s'affronter et plus astucieux en quelque sorte pour se présenter comme les garants de la création.

Cependant, ce constat qu'il appartient aux différents intervenants de la filière de corriger ne doit pas exonérer la rue de Valois de son propre examen de conscience. À ce jour, le ministère de la Culture n'est pas celui des industries musicales, encore moins celui de l'industrie du disque. Sans doute le mot industrie fait-il peur dans un pays mal à l'aise à l'idée de lier sereinement argent et culture mais - dans ce cas, référons-nous au préambule de ce rapport - autant poser que le marché doit être étranger au développement des musiques actuelles.

Ce n'est pas l'avis des membres du groupe qui relèvent que l'industrie du cinéma a acquis ses lettres de noblesse comme le livre, tous deux dotés d'un «centre national» et d'aides conséquentes.

Trois points méritent d'être abordés :

1°) La création d'un «Observatoire permanent de la musique»

Au-delà des travaux de notre groupe, c'est l'ensemble des membres de la Commission nationale qui pose pour principe qu'un observatoire permanent de la musique doit impérativement être mis en place.

En effet, jusqu'à maintenant, le Département des études et de la prospective (DEP) du ministère de la Culture publie des notes, rapports ou études ponctuelles qui, aussi intéressantes soient-elles, ne donnent pas une photographie régulière de l'évolution de l'ensemble de la filière musicale.

Face à ce constat, un tel observatoire doit être scindé en deux :

1 - Un observatoire de l'économie de la musique

2 - Un observatoire des comportements culturels

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

1- Sur le premier point, l'Association Musiques France Plus, qui rassemble la plupart des organisations professionnelles représentatives, a entrepris une étude de préfiguration pour la mise en place d'un outil statistique qui engloberait toutes les informations économiques disponibles ou à créer et qui intégrerait tous les secteurs : droits, ventes de disques, billetterie, facture instrumentale, vente de matériel audio, aides publiques ou interprofessionnelles, revenus des médias... Ce travail est en cours et il est prématuré d'en conclure que Musiques France Plus réussira. Mais, de toute évidence, cette recherche mérite l'attention des pouvoirs publics.

Le débat est le suivant : étant admis qu'un tel observatoire s'impose, la question est de savoir comment le piloter.

Notre avis est de **privilégier l'action professionnelle dans la mesure où il semble déterminant que l'observatoire soit un outil consensuel capable de fédérer les acteurs en présence**. Un tel projet aura en effet la vertu de consolider une filière trop marquée par ses divisions. Confier exclusivement cet outil au ministère représente, en revanche, un risque : celui de voir des données sinon confidentielles, tout au moins délicates à publier, échapper à leurs auteurs.

Le mieux serait donc de créer un partenariat entre le ministère, alimenté ainsi de données fiables et reconnues comme telles par tous les acteurs et la structure chargée de gérer, à la source, cet observatoire. La rue de Valois pourra ainsi affiner considérablement son expertise.

L'observatoire économique suppose que Musiques France Plus, si c'est cette association qui devait être retenue, sachant qu'elle a le mérite d'exister déjà, soit dotée d'un minimum de moyens financiers et humains de l'ordre d'1,5 MF par an. Des contributions de ses membres devraient s'adosser à une subvention autre que symbolique du ministère pour parvenir à un principe de parité.

2- En revanche, le ministère est appelé à développer seul un autre aspect tout aussi fondamental d'un observatoire, celui consistant à suivre de façon récurrente les comportements culturels.

Il ne s'agit pas de s'en tenir à des études ponctuelles ou incidentes sur tel ou tel sujet. Il s'agit tant au niveau national qu'au niveau local de connaître les évolutions profondes des comportements des acteurs du milieu culturel et du public. Des travaux du DEP proposent régulièrement des analyses à ce sujet mais elles ne sont pas récurrentes à dates fixes. Elle ne permettent pas un suivi systématique des attitudes des Français et de l'évolution des métiers, de l'emploi et des secteurs culturels émergents ou stabilisés. On doit imaginer une refonte globale du travail effectué jusqu'à présent afin de disposer d'un outil puissant capable d'affiner le travail d'analyse et de prospective. Ainsi, probablement aurait-on été plus capable d'appréhender les phénomènes techno ou rap par exemple.

2°) Pour la mise en place d'un «Centre national de la musique» (CNM)

Nul ne s'étonnera de constater que le livre et le cinéma ont fait école auprès des musiques actuelles. Le CNL et le CNC sont deux outils d'intervention reconnus pour leur efficacité et leur capacité à concilier action des pouvoirs publics et dynamique privée.

.../...

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

L'objet d'un Centre national de la musique serait de soutenir l'économie de la musique sous toutes ses formes avec pour objectif principal la mise en oeuvre de mécanismes compensatoires des déséquilibres ou correcteurs des contraintes économiques, liés à la commercialisation du disque selon les seules règles du marché.

Le groupe souligne préalablement qu'il est conscient que les modalités de financement d'un tel organisme doivent s'appuyer sur un principe de «recyclage» de fonds générés par la filière musicale elle-même. C'est pourquoi, au-delà des demandes de financement direct par l'Etat, il importe de lier cette proposition à la réflexion sur l'élargissement du champ d'application de la taxe sur le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes de télévision (voir précédemment ce qui est indiqué sur la taxe Cosip).

Par ailleurs, la mise en place d'un CNM supposerait une concertation des sociétés de gestion collective et un repositionnement de leur politique d'intérêt général fondée sur l'article L 312-9 du Code de la propriété intellectuelle.

Ce n'est pas à notre groupe de proposer «clés en mains» le schéma d'un nouvel organisme comme pourrait être le CNM. Mais il suffit de donner quelques pistes sur les missions qui pourraient lui être confiées pour comprendre à quel point il participerait de cette reconnaissance des musiques actuelles à laquelle aspire le secteur.

Cet organisme devrait penser son action en complément de celle des nombreuses aides dispensées par les différents guichets existants déjà. Ces derniers ont consacré l'essentiel de leur action au soutien à la création musicale. Si ceci demeure nécessaire, aujourd'hui, le déficit d'aides le plus criant concerne la diffusion de la création musicale. C'est vrai pour le spectacle vivant ; ce l'est encore plus pour toutes les formes de diffusion de la musique enregistrée.

A l'instar du CNL, ce centre devrait donc établir :

- **une politique de soutien tant à la diffusion des répertoires peu diffusés qu'aux catalogues et collections «pointues»,**
- **à la distribution de détail de qualité et de proximité,**
- **encourager la production des entreprises disposant d'un véritable projet de développement artistique et d'accès au public,**
- **développer une production audiovisuelle pluraliste et de qualité...**

En outre, il devrait bien évidemment mettre en place des soutiens à la structuration économique des entreprises de production, d'édition et de distribution.

II^{ÈME} PARTIE - ORIENTATIONS ET PROPOSITIONS (suite)

Enfin, l'indispensable prise en compte des nouvelles technologies dans le secteur devrait le conduire à faciliter des aides et le soutien public pour les entreprises engagées dans un vaste effort de modernisation.

Ses aides pourraient prendre des formes diverses et ne surtout pas se limiter à de simples subventions, au demeurant peu réclamées par les professionnels eux-mêmes : prêts sans intérêts, avances sur recettes, bonifications, aides sélectives et pas seulement automatiques seraient, au contraire, un progrès significatif.

La commission recommande l'organisation par l'Etat d'une mission complémentaire à ses travaux afin d'étudier la faisabilité d'une telle proposition, d'en affiner les objectifs et d'éprouver son principe auprès des acteurs représentatifs de la filière musicale.

3°) L'organigramme du ministère doit prendre pleinement en compte les réalités économiques du secteur des musiques actuelles.

C'est avec un profond intérêt que les membres du groupe, comme l'ensemble de la commission nationale, ont pris connaissance de la création de la DMDTS. Tout en regrettant que la nouvelle direction ait été définitivement constituée avant que la commission ait rendu ses travaux, le groupe prend acte d'une volonté nouvelle de structurer et de renforcer les moyens du ministère, dans la logique des préconisations du rapport Rigaud.

Néanmoins, le groupe formule des réserves sur le projet. La DMDTS se caractérise à l'évidence par le choix d'une cohérence et d'un renforcement de moyens tout à fait louables. Mais en tant que telle, elle ne répond pas aux exigences d'une délégation aux industries musicales. Elle risque de rester fidèle à la tradition du ministère de ne pas appréhender clairement et fortement la notion d'entreprise privée agissant dans le secteur culturel.

Le disque n'est pas ainsi reconnu comme le livre. Tout semble se passer comme si le disque continuait à ne pas être perçu comme support de création. Il est, à cet égard, significatif, que «La lettre d'information» du Ministère, dans son édition du 1^{er} juillet 1998, présente la nouvelle direction sans citer une fois le mot «disque» et sans rattacher en quoi que ce soit celui-ci à un acte de création.

Il est difficile, dans l'ignorance de la mise en place précise de l'organigramme d'aller plus loin dans l'analyse. Il n'en reste pas moins que la réforme, pour intéressante qu'elle soit, ne reprend pas une approche sectorielle suffisamment claire pour emporter, à ce stade, l'adhésion.

Le sort des musiques actuelles reste ainsi en pointillé.

ANNEXES

DU

GROUPE N° 4

- «La techno : d'un mouvement culturel à un phénomène de société» (contribution d'Arnaud Frisch, colloque Poitiers - juin 1997)
- Données chiffrées sur la publicité pour le disque à la télévision (Carat)
- La musique à la télévision (étude Snep 1998)
- Projet de code de déontologie éditeurs-producteurs-diffuseurs (travaux de la Commission consultative pour le rock et les variétés 1989/90)
- Contribution à la création d'une chaîne publique «Musiques actuelles» par satellite (Bruno Lion, mars 1998)
- Contribution à la diffusion de musiques à la radio «Les cota s'avèrent à l'usage indispensables mais insuffisants» (Bruno Lion, juin 1998)
- Motion sur la question de la publicité télévisé (groupe «Gestion de carrières» de la CNMA, mars 1998)
- L'instauration d'un prix unique (extraits, UPFI, juin 1998)
- Lettre de l'Afaa au président de la CNMA, juin 1998
- Pour une politique à l'exportation de la musique française ; plateforme et objectifs (propositions du Bureau export de la musique française, juin 1998)