L'agence web Culture Digitale www.culture-digitale.net

STREAMING

Le bide deal pour les artistes ?

Nombre d'auteurs ou musiciens pointent un système de redistribution inéquitable. Une situation rendue plus criante par l'arrêt des concerts et la crise du Covid-19.

Par
SANDRA ONANA
Dessins
ASEYN

ENQUÊTE

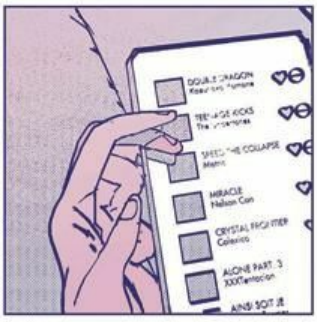
Et soudain, ce constat foudroyant que l'économie d'un secteur dont différentes voix vantaient l'embellie ces dernières années (le Snep, principal syndicat des producteurs, en premier chef) reposait sur du sable. On aurait cru l'ère de la musique dématérialisée propice à relativiser le préjudice de l'état d'urgence pandémique. Il n'en est rien. Le Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles rapporte un effondrement des écoutes de 15 % à 20 % sur les plateformes de streaming. Et la précarité de l'immense majorité des artistes s'expose sous un jour livide, a fortiori au moment où ceux qui survivaient grâce au concert et à la performance ne peuvent plus le faire : cette ressource s'étant tarie, il y a urgence à réformer leur modèle de rétribution. Et ce n'est pas YouTube, dont le trafic a pourtant connu un boum avec le confinement, qui fera la différence : le leader de la musique en ligne ne contribue guère qu'à 10 % des revenus du streaming musical. Ceux qui frappaient à la porte des plateformes hier pour dénoncer la difficulté de gagner leur pitance tambourinent d'autant plus fort aujourd'hui.

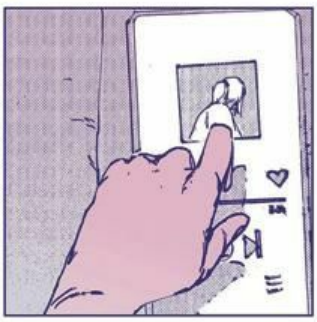
Rembobinons. En septembre, la plateforme Deezer (37,5 % du marché en France) entrait en campagne pour défendre une rémunération plus juste des artistes à l'ère du streaming roi. Début 2020, son PDG, Louis-Alexis de Gemini, recevait *Libération* pour un état des lieux : *«Deezer a reversé 148 millions d'euros aux producteurs en 2019, soit 15 % à 20 % du financement de la création musicale en France. Mais cet argent ne redescend pas équitablement. Gros comme petits m'interpellent pour me dire : "On n'en voit pas la couleur."»* Après des années de lente infusion dans les usages, le streaming est pourtant vanté comme le moteur de la croissance retrouvée (59 % des ventes de musique en 2019). De là à le croire arrivé à maturité ? Les sociétés de gestion de droits des artistes rivalisent d'infographies accablantes et les tribunes se font plutôt l'écho d'un assèchement des revenus. *«Nous sommes enclins à penser que le modèle actuel n'est pas juste,* expose Suzanne Combo, musicienne et cofondatrice de la Guilde des artistes de la musique (GAM). *C'est une économie de pièces jaunes, qui a la vertu de proposer un système rémunérateur et légal, mais qui ne permet pas aux artistes d'en vivre.»*

SYSTÈME FAISEUR DE ROIS

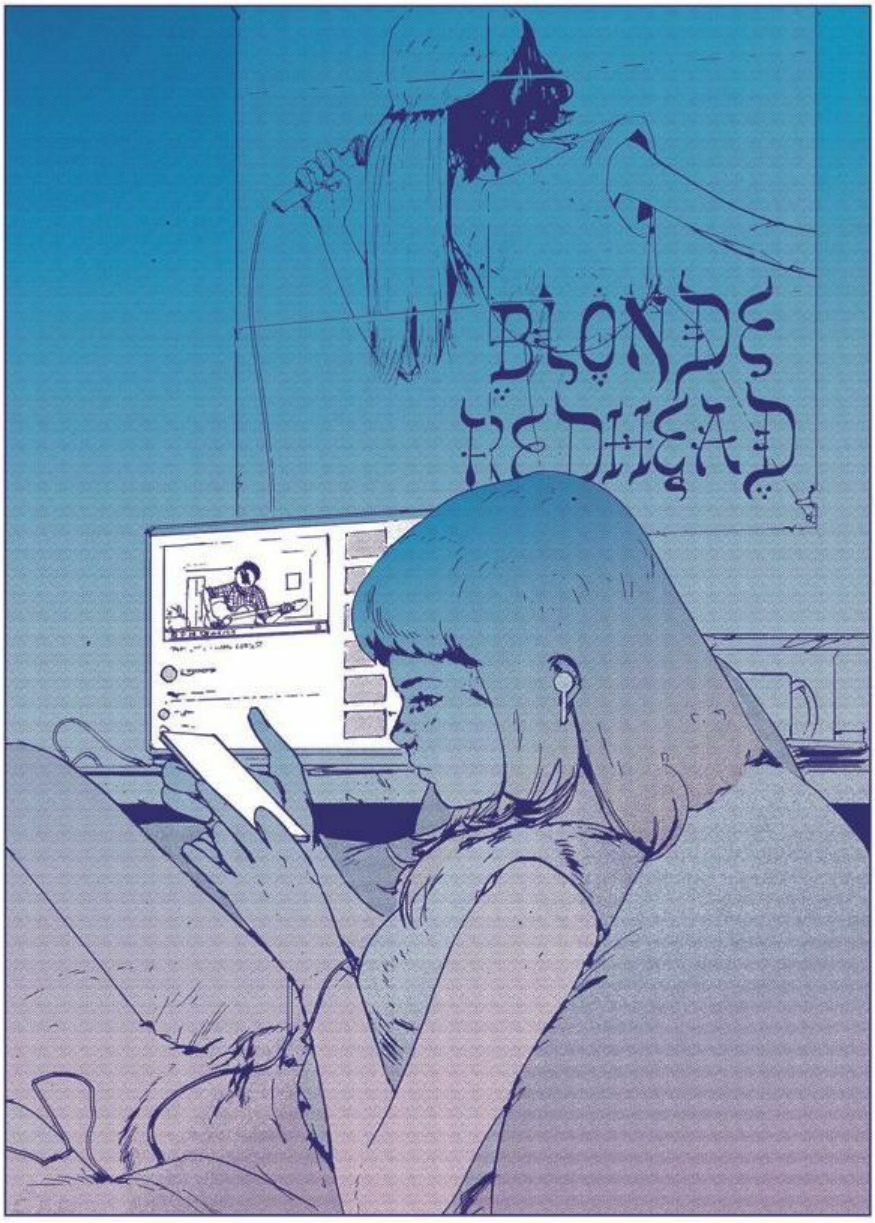
D'où ce chantier proposé par Deezer : une rémunération à hauteur des écoutes réelles que leur consacre chaque utilisateur (le «user-centric system»). Actuellement, l'argent des abonnements, placé dans une sorte de pot commun, est réparti entre les artistes en proportion de leur part de marché sur la plateforme. Ainsi les usagers de subventionner un système faiseur de rois : les 10 euros d'abonnement versés par un amateur de musique de niche se diluent dans la rémunération d'un Drake qu'il n'écoute pas forcément. *«Cette prime au volume favorise les genres dominants, consommés frénétiquement par la jeunesse,* reconnaît le patron de Deezer. *Pour le jazz, le rock, une partie de la chanson française… il y a un trou dans la raquette.»*

Sans être dupes de ce que Deezer gagne en image à se faire le chevalier de cette croisade, plusieurs acteurs ont choisi d'engager le fer à ses côtés. Ainsi des gros labels indépendants Wagram (qui produit Philippe Katerine, Bertrand Belin, Orelsan…) et Because (Christine and the Queens, Justice, Metronomy, etc.), ou encore les distributeurs numériques Idol et Believe. Pas vraiment certains que le «user centric» mènerait à une hausse significative des revenus des artistes paupérisés – une étude indépendante du Centre national de la musique (CNM) doit départager les supputations diverses. Mais au moins convaincus qu'une éthique plus transparente est possible. Les poids lourds Sony, Universal et Warner s'opposent toutefois au changement de paradigme. Cocorico : *«Les Anglo-Saxons sont acquis à une culture de l'hégémonie culturelle et se préoccupent moins de la survie de la diversité musicale que nous en France»,* souligne Gemini. La «licorne» française du streaming bichonne une image éloignée du stéréotype des capitalistes crocodiliens. Celle de gens sympas en baskets, soucieux de sensibiliser *«les copains de l'urbain»* à la cause de la création hors radars. *«Hyper fiers»* de leur dispositif de lutte contre les fermes à streams, qui gonflent frauduleusement la cote des artistes. *«Jusqu'à 2 % des streams mensuels, détectés comme des phénomènes d'emballement suspects non générés par des humains, sont exclus des reportings de monétisation»,* se réjouit Gemini. ●●●





L'agence web Culture Digitale
www.culture-digitale.net



CULTURE/

●●● Pour toucher 100 euros, révélait l'Adami (principal gestionnaire des droits des artistes et musiciens interprètes) en 2015, un artiste doit vendre en moyenne 100 albums physiques, ou générer 250 000 streams d'abonnés payants (un million pour les *free riders* sans abonnements). Contactée, l'organisation maintient la pertinence de ces chiffres en 2020, tout comme cette moyenne de 0,46 euro alloué aux artistes sur un abonnement standard à 9,99 euros. Certains jugent «fallacieuses» les équivalences entre un modèle édifié sur l'acte d'achat unique et celui fondé sur le nombre d'écoutes. Pour le président d'Idol, Pascal Bittard, qui gère et distribue le contenu numérique de labels indépendants, *«il n'y a plus de doute que le streaming rapporte beaucoup d'argent – je parle de la somme qui revient au producteur, redistribuée à l'interprète, et non de la partie droits d'auteur qui fonctionne moins bien. Je pense que le nombre d'artistes qui vivent de leur musique, en chute ces quinze dernières années, est en train de remonter. Maintenant, si on peut rééquilibrer les disparités d'un modèle qui favorise la musique des moins de 35 ans, arrêtons de commander des études. Si on est pour, on signe et on y va!»* Contacté par *Libération*, Apple Music n'a pas souhaité s'exprimer, et le leader mondial Spotify (124 millions d'abonnés) n'a pas répondu à nos sollicitations.

PARADOXE DE LA RÉCLUSION

On est confinés depuis trois semaines quand le chanteur Blick Bassy, qui digère l'annulation de 30 de ses concerts, nous énonce le paradoxe de sa réclusion. *«Nous, les artistes en difficulté, sommes les premiers à venir faire notre travail gratuitement en live stream sur Facebook et Instagram, au risque d'habituer les gens à consommer sans contrepartie,* note le musicien très engagé auprès de la GAM. *Grâce à la pub, ces plateformes vivent du contenu que nous leur apportons gratuitement! La période est cruciale pour relever notre dépendance aux outils américains.»*

L'industrie du streaming n'est guère réputée pour sa transparence. Les sommes perçues par les labels en échange de leurs catalogues sont tenues au secret et le système de rémunérations se déploie en une arborescence arachnéenne. Pour les artistes qui ne comprennent plus le calcul de leurs revenus, dépossession matérielle va de pair avec dépossession du sens. Le complexe de passer pour «un vieux con» et le tabou lié à la divulgation de leurs finances empêchent leurs voix de porter. Un patron de label veut nous dire tout le mal qu'il pense de *«ce système d'une violence folle»*, mais ne peut se payer le luxe de se mettre les plateformes à dos: *«Je dois faire des courbettes pour figurer dans les playlists barbecue de Deezer, comme tout le monde.»* S'exerce aussi un chantage à la gratitude à travers l'éloge d'une jeune économie édifiée sur les décombres du piratage il y a dix ans. Stéphane Laick, fondateur du label AT (h) OME et président du Syndicat des producteurs phonographiques indépendants, n'a pas digéré l'époque où 10 millions d'adeptes du téléchargement illégal *«avaient rendu le pain gratuit à force de voler les baguettes»*. Il estime aujourd'hui qu'avec *«un peu de régulation et de transparence»*, en sus de la conquête imminente de nouveaux marchés par les plateformes, le temps jouera en faveur des artistes. *«Pour l'instant, c'est comme si la Fnac faisait les comptes à la fin du mois et donnait un peu plus d'argent à celui qui a vendu plus de CD que les autres.»*

Spotify et consorts déclarent verser 70 % de leurs revenus aux producteurs, qui redistribuent 10 % à 13 % de ces sommes aux artistes – conformément aux usages fixés à l'époque du disque physique, les petits labels pratiquent plutôt un partage des gains 50-50 quand les majors versent 10 % de royalties. Pour la GAM, le manque de ruissellement s'explique moins par la cupidité des plateformes (toutes déficitaires) que par la survivance de ces forfaits et contrats obsolètes, hérités de l'époque prénumérique. *«Le paradoxe est que les sommes engagées par les labels pour le numérique sont dérisoires par rapport au disque,* soupire Suzanne Combo. *La duplication d'un fichier coûte zéro euro! Mais il faut une notoriété suffisante pour négocier de toucher 30 % de ses ventes en streaming…»*

De plus en plus d'artistes optent dès lors pour l'autoproduction, dont le modèle le plus achevé, quoique minoritaire, est celui de l'«artiste entrepreneur» à la Lomepal. Propriétaire bien entouré de ses droits et de ses bandes, gestionnaire de son activité à 360 degrés (image de marque, tournée, mécanique de production), il est sa propre entreprise et rafle le jackpot du streaming à 100 %. *«L'esprit du "do it yourself", du punk et de la démerde!»* entendait-on lors d'une table ronde du festival MaMA en octobre. Ou un modèle «start-up nation» bien de cette époque, pas à la portée de ceux qui ne goûtent pas la comptabilité et le «branding» autant que la pratique stricte de leur art: à mille lieues d'une élite de l'indépendance plaquée or, **Suite page 26**

L'agence web Culture Digitale www.culture-digitale.net

CULTURE/

ASEYN

Suite de la page 25 distribuée par la pépinière de champions du stream Believe Digital, ceux-là constituent la très grande majorité des artistes.

«CONTRATS POURRIS»

Le rappeur Hyacinthe, plutôt underground émergent, a vécu jusqu'ici sur les deniers de son intermittence. Le streaming? *«Un bonus de complément»,* mais qui promet de lui rapporter davantage depuis qu'il s'est affranchi de sa maison de disques (objectif: 1000 euros par mois d'ici un an), et capte 78% de ses revenus numériques. *«Avec 1000 streams, je touche à peu près 3 euros, voire cinq chez Apple Music,* nous expliquait-il début mars. *Que ça ne rapporte rien, c'est un mythe dû aux contrats pourris où les artistes touchent 12%…»* Il est de ceux qui trouvent ce système *«plus juste».* Faire de la musique dans sa chambre, la mettre sur Internet: *«S'il y a un kid à Quimper qui t'écoute, tu gagnes de l'argent, point. Avec 1500 fans qui streament 10 chansons à toi tous les jours, tu peux vivre de ta musique.»* Et une mixtape continue de générer des clics des années après sa sortie, alors qu'un CD ne s'achète qu'une fois. *«Le gâteau a grossi,* soutient-il, *puisque les labels prennent un plus petit pourcentage sur le digital que le physique.»* Ne reste plus qu'à performer. *«Si après une semaine dans une playlist, les programmateurs voient que les gens "skippent" ta musique, tu dégages.»*

Interrogé début mars, Jean-Baptiste Guillot, fondateur d'une des places fortes du rock alternatif, le label Born Bad Records, reverse 50% des revenus d'exploitation numérique à ses artistes. Deal rare, conforme à l'idéologie, plus partageuse, en principe, des indépendants. *«Je me sens tributaire de l'aumône que veulent bien m'octroyer les plateformes,* déplore-t-il toutefois. *Les artistes attendent que cela génère de l'argent et n'ont pas été conviés à la fête.»* Pour garnir leurs bas de laine, ils convoitent une manne en particulier: la «synchro» de leur musique dans les films ou les pubs. *«Tout le monde espère trouver son L'Oréal. D'où la politique de signatures des labels pour cette electro pop qui bande mou, de la bonne came pour publicitaires…»* Surtout, la majorité assure ses revenus sur scène – parfois à un rythme de forcené jusqu'à autocombustion. *«Booker 150 dates en un an n'était pas possible il y a vingt ans: il y a beaucoup moins d'artistes qui ont un deuxième job à côté aujourd'hui»,* estime Guillot. Depuis l'état d'urgence, la longue guirlande (funèbre) d'annulations des concerts et festivals est une catastrophe pour cette économie de subsistance. Sondés par le Syndicat national des artistes musiciens, 90% des intermittents indiquent n'avoir reçu aucun dédommagement après l'annulation de leur contrat.

Un ange passait l'an dernier quand le groupe Villejuif Underground, pas vraiment en mal de notoriété sur la scène rock, déclarait avoir touché 80 euros par tête pour son passage à Rock en Seine, contre toute présomption d'aisance matérielle pour les têtes d'affiche. Le chanteur Nathan Roche, Australien quasi naturalisé, ne cherchait pas à briser une quelconque omerta. *«Le système français de l'intermittence et les smac* [scènes de musique actuelles, ndlr], *c'est le paradis quand on vient du Wild West où tout est payé au black!* s'embrase-t-il. *Le streaming, j'ai même aucune idée de comment ça marche. Sur mon dernier relevé Sacem, qui récupère l'argent de nos passages à la radio, j'avais 600 euros, c'est avec ça que je paye le loyer.»* La collecte est en effet favorable à ceux qui écrivent et composent: le chanteur Tété se sait en partie à l'abri des tracas pour ces raisons. *«Les plus précaires sont aussi ceux dont la méthode de création ne permet pas de sortir des titres dans un temps très court pour être au fronton des playlists,* nous renseigne-t-il. *Les musiciens ont été les premiers wagons de l'ubérisation il y a quinze ans parce que la technologie a précédé le droit social. Le système exige de réaliser un volume de streams astronomique uniquement pour rembourser les sommes avancées par le label. Ce n'est pas soutenable: pour créer du beau, il faut pouvoir se nourrir et se loger.»*

> «Si après une semaine dans une playlist, les programmateurs voient que les gens "skippent" ta musique, tu dégages.»
> **Hyacinthe** rappeur

Dans le champ de la pop ascendant musique électronique, un jeune artiste en vogue comme Flavien Berger n'est pas à la peine dans la course aux streams. Il a quitté son boulot de prof il y a peu. *«Si les rappeurs sont les gagnants du streaming, tant mieux, c'est leur but…* estime-t-il avec philosophie. *Le rap est une musique de survie, qui parle de s'enrichir et prend en compte le système qu'il porte en lui.»* Quant aux plateformes, *«leur synopsis consiste à dire "vous avez accès à toute la musique que vous voulez", mais ça ne marche que pour les happy few qui savent ce qu'ils veulent. Le pouvoir que les playlists exercent sur le libre arbitre n'est pas anodin».* Pas de nostalgie cependant pour un Eden d'avant le séisme numérique, dont on a quelques raisons de se demander s'il a jamais existé.

EFFET VERTUEUX

Idem pour Cléa Vincent, nantie d'une pop plutôt bien achalandée sur les plateformes. Le buzz de son EP *Tropi-Cléa 2* lui importe autant pour les revenus qu'en tire la structure de prod qu'elle a montée que pour l'effet vertueux impulsé à ses concerts. *«Mais si on enlève les concerts ça ne fonctionne plus!* confirmait-elle début mai. *Les trois quarts de mes revenus (entre 2000 et 2500 euros net par mois) me viennent des lives, et l'indemnité chômage compense le fait que ce sont des cachets peu fiables.»* Pour une artiste de sa catégorie, 150 euros net max. Le reste est un Tetris entre droits d'auteur, synchros et collaborations avec les marques. *«Les droits d'auteur du streaming sont marginaux pour moi – autour de 160 euros par mois. Un seul passage sur France Inter rapporte autant qu'un million de clics sur Spotify en droit d'auteur!»* Dominique A, figure de la «nouvelle scène française» des années 90 pour qui la fidélité des amateurs de disques physiques ne faiblit pas, observe avec circonspection ses relevés de droit d'auteur au titre du numérique. *«Je ne sais pas dans quelle mesure je pâtis de ce nouveau modèle car je ne compte pas dessus pour en vivre»,* avoue-t-il, plutôt interpellé par l'impression *«un peu dégueulasse de devoir remonter un flux de musique pour accéder aux oreilles des autres, et faire descendre les concurrents». «La musique a toujours été une industrie de classe moyenne avec peu d'argent,* nuance-t-il. *Un journaliste disait: "Le chiffre d'affaires de l'industrie dans les années fastes est celui d'un hypermarché de centre-ville."»*

Au summum du cynisme, Spotify propose aux artistes de lever eux-mêmes les dons nécessaires à leur survie auprès des fans. Par endroits, la contestation gronde. Au Royaume-Uni, sous l'impulsion de la campagne «Keep Music Alive», artistes et labels indépendants ont entrepris de retirer leurs catalogues de la plateforme, et ont reçu le soutien de Boy George, Tim Burgess ou encore KT Tunstall. Des alternatives vertueuses existent, mais font figure de raretés. Depuis le début de la crise du Covid-19, le premier vendredi de chaque mois, la plateforme Bandcamp – réputée pour son travail en bonne intelligence avec les indépendants et ses taux de rétribution avantageux, autour de 80% – reverse aux artistes la totalité de leurs recettes de streaming sans retenir de commission. Malgré la création du fonds d'urgence par le CNM et la transposition prochaine de la directive européenne sur le droit d'auteur dont le secteur espère des droits à intéressements substantiels, une nouvelle période de convalescence s'annonce inévitable à l'issue de la crise. S'il est permis d'en espérer quelque chose, c'est bien une prise de conscience, voire un tollé dans l'opinion nécessaire à la réforme d'un modèle que les artistes dénoncent, aujourd'hui plus que jamais, comme profondément inégalitaire.