

LEXIQUE DES CHAMPS PROFESSIONNELS POUR UNE ETUDE SOCIO-ECONOMIQUE DES MUSIQUES ACTUELLES EN LANGUEDOC-ROUSSILLON.

L'étude portant sur les musiques actuelles en Région Languedoc-Roussillon inclut les domaines suivants :

- La production : producteurs et éditeurs phonographiques et musicaux, labels ;
- La diffusion : producteurs de spectacles, lieux de diffusion et de résidence, festivals, tourneurs ;
- L'accompagnement : managers, centres de ressource, réseaux et fédérations, dispositifs Tremplins, prestataires administratifs, formation ;
- Les prestataires techniques : studios d'enregistrement et de répétition ;
- La distribution : distributeurs physiques et numériques, mutualisation.

Pour les besoins de l'étude, nous avons fait le choix d'exclure de l'étude les musiciens et artistes, l'apprentissage de la technique musicale, les prestations de type sonorisation et éclairage, l'ensemble des points de distribution de phonogrammes ainsi que les médias de la presse écrite et radiophonique.

I. LES LABELS DE PRODUCTION ET D'EDITION PHONOGRAPHIQUE.

Le champ de la production et de l'édition discographique se compose des maisons de disques ou labels (labels associatifs, sociétés, fédérations de labels), des structures de réalisation artistique et des studios d'enregistrement.

Champ de compétences annexes : booking, distribution, production de spectacles, édition musicale, enregistrement phonographique.

1. Le producteur phonographique (maison de disques ou label).

Il prend à sa charge le financement d'une partie (artwork, mastering, pressage = contrat de licence) ou de l'intégralité (artwork, enregistrement et mixage audio, rémunération des artistes pendant les sessions d'enregistrement, mastering, pressage = contrat d'artiste) d'un ou plusieurs enregistrements dont il devient de ce fait propriétaire exclusif (contrat d'artiste) ou tout au long de la durée du contrat qui le lie à l'artiste (contrat de licence).

S'il est éditeur phonographique, il couvre les frais de fabrication et assure la distribution, directement ou par le biais d'un distributeur. S'il est uniquement producteur, il négocie avec un éditeur phonographique un contrat de licence.

Le producteur prend également à sa charge les sessions de répétition des artistes ainsi que la location du studio de répétition.

La structure d'autoproduction (artiste ou groupe) supporte les frais de fabrication et de promotion.

2. L'éditeur musical (publisher).

Il exploite commercialement l'oeuvre musicale et défend les droits de ses auteurs. L'oeuvre musicale ne peut être connue et diffusée que par une exploitation commerciale appropriée supposant un travail préalable de présentation adéquate de l'oeuvre. L'éditeur de musique a à cet effet des obligations de résultats et de moyens, outre le fait qu'il est en règle générale le seul à défendre l'intérêt de l'auteur face à la contrefaçon spécifique de son oeuvre.

II. LA DIFFUSION.

Le champ de la diffusion regroupe tout un ensemble d'acteurs dits « entrepreneurs de spectacles » (exploitants de lieux, festivals, producteurs de spectacles, tourneurs, diffuseurs). La pratique de cette activité de diffusion nécessite d'être titulaire d'une licence d'entrepreneur du spectacle de 1^{ère} catégorie pour les exploitants de lieux ou festivals, de 2^{nde} catégorie pour les producteurs de spectacle ou tourneurs et de 3^e catégorie pour les diffuseurs (licences délivrées par la DRAC/Ministère de la Culture). Dans le domaine de la diffusion, certains acteurs peuvent avoir différentes casquettes, par exemple exploitant de salle ou de festival, producteur de spectacle et diffuseur.

1. Le producteur de spectacles.

Il met en œuvre et supervise la production de spectacles de même qu'il peut définir et mettre en œuvre le projet artistique d'un établissement. Le producteur de spectacles a, en tant qu'organisateur, la responsabilité d'un spectacle et notamment celle d'employeur vis-à-vis du plateau artistique.

Il est soit exploitant de lieu ou de festival et dans ce cas programmateur et diffuseur ; soit une société de production achetant des spectacles qu'elle exploite via la location de lieux de diffusion. Dans ce cas, les coûts et responsabilités d'un spectacle peuvent être répartis entre le producteur et le diffuseur. Le producteur de spectacles peut également être diffuseur.

Un autre type d'entrepreneurs se classe également dans cette catégorie « producteur » : l'entrepreneur de tournée, s'il n'est pas à l'origine du spectacle, prend le relais du producteur générateur dans la diffusion du spectacle. Il met en place la diffusion sur un nombre important de dates de spectacles.

La prise en charge du plateau artistique est la responsabilité commune à ces deux entrepreneurs et nécessite la licence 2.

2. Le tourneur ou booker.

Il est chargé de trouver des dates pour la diffusion des spectacles des artistes à son catalogue, dans les salles, SMAC, scènes nationales, scènes conventionnées, services culturels, théâtres, festivals, etc. S'il est uniquement tourneur, il ne fait pas de location de salle mais il peut en être autrement s'il est également producteur de spectacles/entrepreneur de tournées (location de salle, gestion du plateau avec salaires des artistes...). Il booke des artistes en région, au national ou à l'international.

3. Le diffuseur de spectacles.

Il est exploitant de salle ou loue une salle ou un site pour y présenter des spectacles. Il assume les coûts de l'achat du spectacle en obtenant du producteur le droit de présenter le spectacle pour un nombre déterminé de représentations. Il a la charge de l'accueil du public, de la billetterie, de la sécurité, de la promotion et de la technique. Il veille également à ce qu'il y ait sur le site tout le personnel supplémentaire nécessaire aux spectacles tel que machinistes, placeurs, traiteurs, etc. Il verse des droits d'exécution publique aux sociétés civiles de perception et de répartition des droits des auteurs, compositeurs et éditeurs.

4. Les lieux de diffusion et festivals de musiques actuelles.

Ils sont gérés par des entrepreneurs de spectacle exerçant une activité professionnelle ou occasionnelle de programmation, diffusion ou production de spectacles.

Leur mode de gestion est privé de type associatif (association ou fédération d'associations), privé de type Société Autonome, mixte public-privé (Délégation de Service Public), public (régie directe, simple ou personnalisée, régie autonome ou établissement public).

Ils se situent en zone urbaine, périurbaine, rurale.

4.1. Les lieux de diffusion musiques actuelles.

- Proposent une programmation musique actuelle tout au long de l'année ou saison de programmation ;
- Proposent une programmation musiques actuelles moins régulière au sein d'une programmation généraliste couvrant différents domaines du spectacle vivant ;
- Proposent une programmation musiques actuelles ou artistique non définie : salles dites « garages », ne portant pas de projet artistique et culturel, qui sont louées en vue d'y organiser toute manifestation événementielle (concert mais aussi sport, congrès, etc.). Sans aucune définition de programme artistique, leur planning se remplit en fonction des sollicitations ;
- Proposent une programmation musiques actuelles plus anecdotique dans la mesure où ces lieux ne sont pas forcément dédiés à une activité de diffusion bien qu'ils en aient la capacité, en termes d'équipement ou d'accueil du public.

En termes de jauge de public, ces lieux peuvent être de petite, moyenne ou grande capacité. La pratique de l'activité de diffusion nécessite une licence d'entrepreneur du spectacle (licence 1 : exploitant ; licence 2 : producteur ; licence 3 : diffuseur).

Exemple de répartition par types de salles en Languedoc-Roussillon :

Petite capacité (moins de 400 places)	Moyenne capacité (entre 400 et 1200 places)	Grande capacité (plus de 1200 places)
Salles de concerts, salles culturelles municipales, théâtres, médiathèques, cafés concerts, clubs, restaurants...	Salles de concert, salles de spectacles, théâtres...	Zéniths, parcs des expositions...

Compétences annexes : ressource, création/résidence, accompagnement, formation, studio d'enregistrement, locaux de répétition.

4.2. Les festivals.

Il existe quatre grandes catégories de festivals :

- Les festivals de création sont construits autour d'un projet artistique visant à produire des spectacles inédits ou à découvrir de nouveaux talents. Ils remplissent avant tout une mission culturelle.
- Les festivals touristiques s'appuient souvent sur un monument, un cadre prestigieux... et cherchent à susciter une fréquentation nouvelle dans une ville ou un site touristique par l'animation des lieux.
- Les festivals d'image visent surtout à promouvoir l'identité et l'image de leur site d'accueil.
- Les festivals de diffusion tendent à permettre à des publics souvent excentrés de voir des spectacles dont ils ne peuvent bénéficier le reste de l'année, faute par exemple de salle d'accueil.

En salle ou en plein air, ces festivals sont organisés par des lieux de diffusion, par des associations ayant une activité d'organisation de spectacles régulière à l'année, par des structures ayant pour unique objet l'organisation d'un festival.

III. L'ACCOMPAGNEMENT.

Dans la définition qu'elle en fait dans son glossaire, la Fédurock présente l'accompagnement comme un dispositif regroupant diverses actions, outils ou moyens (formation, information, répétition, filage,

résidence, assistance administrative et juridique...) d'aide au développement artistique en direction des populations (artistes amateurs, en voie de professionnalisation, professionnels, associations, public...). Elle distingue ainsi l'accompagnement artistique des pratiquants de l'accompagnement de projets des populations.

1. L'accompagnement et l'encadrement artistique.

1.1. Accompagnement des pratiques amateurs.

L'accompagnement et encadrement artistique dans le domaine des musiques actuelles est un élément essentiel et se concrétise par un soutien aux groupes à partir de leur répertoire, en s'appuyant sur la maîtrise du jeu collectif et de la gestion sonore. Il prend en compte les caractéristiques de la pratique collective et les méthodes d'apprentissage propres à ces musiques.

Proposition d'un cadre à l'accompagnement des groupes en voie de professionnalisation :

- L'accompagnement est lié à l'expression de besoins par des artistes : c'est une réponse des lieux aux demandes mais on peut le penser également comme une offre de services aux artistes.
- Une évaluation, un diagnostic avec définition en amont d'objectifs et donc de moyens (pédagogiques, technologiques, financiers) à développer sont un préalable à toute relation d'accompagnement afin de poser un cadre.

L'accompagnement ne consiste en aucun cas en une direction artistique, le répertoire appartient à l'artiste toutefois une intervention est possible sur sa retranscription. Cela pose alors la question de la pédagogie et des moyens mis en oeuvre dans l'intervention.

La prise en compte des groupes ou musiciens amateurs se fait à différents niveaux d'actions dont :

- Les répétitions accompagnées en salle ou studio de répétition ayant pour objectifs l'amélioration de la pratique collective dans le respect de l'esthétique artistique, l'optimisation du temps consacré au travail de création/répétition permettant d'atteindre plus facilement et plus rapidement les objectifs qu'il s'est fixé ;
- L'accompagnement à la scène/filage scénique sur les aspects artistiques et techniques visant à répondre au besoin d'amélioration de la pratique individuelle et collective des groupes en travaillant sur l'amélioration de la gestion sonore et la mise en espace scénique dans les mêmes conditions qu'un concert (installation, balance, réalisation du set) ;
- Les tremplins, dispositifs de repérage et d'accompagnement et concours mettant les artistes en compétition face à un jury et permettant aux diffuseurs, labels et autres acteurs du « music business » de prendre le pouls d'une nouvelle scène et de découvrir de nouveaux talents.

1.2. Encadrement des pratiques professionnelles.

• La résidence d'artiste.

Elle constitue l'un des aspects le plus abouti de l'accompagnement et peut se définir selon ces 4 critères :

- Le lien artiste/lieu, impliquant une relation de proximité ;
- La notion de durée et de présence géographique ;
- Le retour ou échange sur le territoire et/ou la population musicale du territoire qui n'est pas nécessairement simultané au temps de production ;
- La création/production qui inclut des outils tels que la répétition condition scène, la répétition accompagnée, la création, le filage, l'accompagnement administratif, la formation...

Ces outils ont également leur vie propre en dehors de la notion de résidence et peuvent constituer des aides ponctuelles à part entière.

Par ces résidences, il est question de contribuer à la création d'un nouveau spectacle sous toutes ses formes et dans toutes ses composantes - texte, musique, mise en espace, mise en scène, mise en image, son, création lumière - et de permettre de créer les conditions de la rencontre des artistes et du public sur la base d'actions de sensibilisation en adéquation avec la démarche spécifique de l'artiste.

Les résidences peuvent concerner des artistes de la région ou de hors région, dont le projet innove, renouvelle et interroge le travail de création, et dont la création du spectacle et sa mise en espace, en forme, en image, en son, en lumière ou en scène, est l'objet même de la résidence.

Dans le cas d'un groupe hors région, le groupe ou au minimum un des artistes, doit être un professionnel reconnu au niveau national (concerts en dehors de sa région d'émergence, tournées nationales, participation à des festivals reconnus, production phonographique - autoproduction ou contrat d'artiste dans une maison de disque.

- **Le management d'artistes :**

Le manager est un développeur de notoriété qui va chercher les meilleurs partenariats pour son artiste et lui prodiguer des conseils, l'aider à prendre les meilleures décisions pour sa carrière et ses contrats. Les rôles peuvent être différents en fonction des artistes ou de leur manager, mais ce qui anime la relation entre l'artiste et le manager doit être fondée sur la confiance, la défense des intérêts communs et une notion de stratégie inscrite dès le début de la collaboration.

2. Accompagnement de projets et formation des associations locales et des professionnels du secteur des musiques actuelles.

L'accompagnement de projets et les actions de formation sont assurés par des structures proposant des prestations administratives, assumant un rôle d'information et de ressource ou œuvrant comme organisme de formation dans le domaine de la formation professionnelle continue.

2.1. L'accompagnement de projets.

Ces dispositifs de soutien et d'accompagnement sont de formes diverses et variées :

- **Rendez-vous personnalisés.**

Accompagnement des projets artistiques et des parcours professionnels sur diverses problématiques telles l'information et la ressource, la production, la communication, les aspects administratifs, la technique et les nouvelles technologies, l'information... Ces conseils visent à guider, mais aussi à détecter dans les propos ou demandes des structures les éventuels besoins récurrents qui n'auraient pas encore trouvés de réponse.

- **Services relevant de dispositifs d'orientation de soutien à la professionnalisation.**

Par l'accompagnement des personnes souhaitant se professionnaliser dans les métiers du secteur culturel (personnes relevant du dispositif RSA, demandeurs d'emploi orientés par des prescripteurs du secteur social et de l'emploi, acteurs culturels, salariés ou bénévoles d'associations), l'objectif visé est l'aide à la construction d'un projet professionnel. Cette démarche permet aux personnes de clarifier leur projet et d'en mesurer les atouts et les contraintes au regard du marché de l'emploi et de l'environnement professionnel existants.

- **Sessions d'information collectives.**

Elles sont destinées aux personnes souhaitant des informations sur le secteur des musiques actuelles.

- **Information et ressource.**

Cette activité propre aux centres de ressource et d'information consiste à la mise à disposition du public de ressources documentaires sur des thématiques telles que les associations, le spectacle vivant et les musiques actuelles, la création d'entreprise, ainsi que des périodiques, des fiches pratiques sur les différents secteurs culturels...

De ces actions d'information et de ressource peut également découler l'organisation de rencontres professionnelles autour de thématiques spécifiques aux musiques actuelles.

- **Aide à la gestion, à la paye, conseil dans les domaines social et salarial.**

Explication des documents comptables, établissement de bulletins de salaire, prise en charge de l'édition des documents de paie mensuels, veille sociale, suivi des relations aux organismes sociaux concernant également la correspondance avec les différentes caisses de cotisation... sont les différentes actions inhérentes à l'aide à la gestion, à la paye, au conseil dans les domaines social et salarial.

- **Dispositif local d'accompagnement (DLA).**

Dispositif d'appui et de conseil aux structures qui développent des activités d'utilité sociale, les DLA sont répartis sur tout le territoire national, à l'échelle départementale. La finalité étant le développement de l'emploi durable et de qualité.

Les structures qui peuvent être accompagnées sont :

- Les associations ;
- Les structures coopératives ;
- Les structures d'insertion par l'activité économique.

Des chargés de mission DLA réalisent un diagnostic de ces structures et leurs proposent des prestations de conseils adaptées à leurs besoins.

2.2. La formation professionnelle continue.

La formation professionnelle continue a pour objet de :

- Favoriser l'insertion ou la réinsertion professionnelle des travailleurs;
- Permettre leur maintien dans l'emploi;
- Favoriser le développement de leurs compétences et l'accès aux différents niveaux de la qualification professionnelle;
- Contribuer au développement économique et culturel et à leur promotion sociale.

Dans le domaine des musiques actuelles, elle s'adresse autant aux artistes qu'aux structures chargées de leur soutien et de leur accompagnement, ainsi qu'aux techniciens du spectacle.

IV. LES PRESTATAIRES TECHNIQUES.

1. Les studios d'enregistrement.

Ces sont des locaux équipés pour réaliser des enregistrements sonores, notamment musicaux. Les studios d'enregistrement professionnels proposent des services tels l'enregistrement, le mixage, le prémastering et le mastering de musique ainsi que diverses prestations comme l'enregistrement live in situ, la réalisation et la préproduction...

Le home studio est quant à lui un studio d'enregistrement et de mixage à caractère amateur ou professionnel et découle de la Musique assistée par ordinateur (MAO).

2. Les studios de répétition.

Ces structures se sont spécialisées dans le domaine de la répétition. Elles offrent une combinaison d'activités : mise à disposition d'espaces et de matériel adaptés pour la répétition bien mais aussi, en fonction des lieux, enregistrement, répétitions en condition scénique, ressources documentaires, ateliers multimédia, aides à la diffusion, vente de petit matériel...

Certaines structures mettent en place des accompagnements à la répétition par un professionnel pour aider les musiciens à progresser. En effet, la répétition peut être définie comme "les actes réguliers consacrés au travail musical d'un musicien ou d'un groupe de musiciens tant pour des phases de création que d'organisation d'un morceau ou d'un répertoire musical".

Ils sont mis à disposition gratuite ou en location.

V. LA DISTRIBUTION.

1. Le distributeur.

Toutes les maisons de disques ou labels tendent vers un même but : bénéficier d'une distribution efficace. Celle-ci est en général constituée d'un réseau de représentants groupés autour d'un directeur des ventes et quelquefois de chefs de région. Si les majors et quelques indépendants possèdent leur propre service de distribution, la majorité des labels s'adresse à un distributeur qui sera leur intermédiaire auprès des points de vente.

2. Le circuit de distribution.

La distribution est physique ou dématérialisée et s'appuie sur un ensemble de réseaux de distribution : disquaires indépendants, chaînes de magasins de disques, grandes surfaces commerciales ou spécialisées dans la vente de produits culturels, librairies, médiathèques, sociétés de vente par correspondance et plates-formes de distribution mutualisée, sites Internet de musique à la demande et de vente de musique en ligne.