

« L'État a tout intérêt à investir dans les industries culturelles » (Stéphan Bourdoiseau, UPFI)

Paris - Publié le mardi 25 septembre 2018 à 10 h 00 - Entretien n° 129084

« On ne peut pas envisager le CNM de façon isolée. Il s'inscrit dans une politique d'ensemble du Gouvernement, politique qui s'articule autour de la défense du droit d'auteur, de dispositifs fiscaux qui permettent aux opérateurs de continuer à être performants, du "pass culture" et de la structuration de la filière musicale, en particulier au travers du Bureau Export et du CNM. (...) Ce qui nous intéresse, c'est la stratégie du Gouvernement pour la filière musicale. Et nous la trouvons très claire et pertinente », déclare **Stéphan Bourdoiseau**, président de l'**UPFI**, dans un entretien à News Tank le 25/09/2018.

Stéphan Bourdoiseau et **Stéphane Laick**, vice-président du syndicat, tous deux élus le 28/06/2018, reviennent sur leur « programme d'action » et notamment sur la pérennisation du crédit d'impôt à la production phonographique. « La crainte serait de voir les parlementaires imaginer que, parce que le marché de la musique enregistrée reprend, il n'est plus la peine de faire bénéficier du crédit d'impôt aux producteurs. Mais il est essentiel de comprendre que le dispositif reste structurant pour notre secteur, surtout dans la mesure où la croissance du marché est liée au streaming, qui ne profite pour le moment qu'à certaines esthétiques. De nombreuses structures ont encore besoin d'accompagnement. Les enjeux sont également à apprécier en termes de diversité musicale et culturelle. Ces sujets sont fondamentaux pour les labels indépendants », indique Stéphane Laick.


Les président et vice-président du syndicat évoquent par ailleurs l'évolution du marché de la musique enregistrée et la montée en puissance du streaming. « Avec le streaming, nous sommes face à un modèle récent. Il convient donc de garder en tête nos intérêts et d'observer les problèmes que pose le modèle. Certes, le streaming est un monde plus ouvert que la radio. Néanmoins, la radio, elle, est régulée : elle est soumise à des quotas de chanson francophone et à un certain nombre d'interdictions, notamment en matière de production/diffusion. Dans le streaming, il n'y pas de quota, ce qui permet potentiellement à la plateforme d'influer sur la mise en avant de tel ou tel contenu, non francophone ou non français si elle le souhaite, voire non musical, puisque certaines plateformes proposent aujourd'hui des podcasts, par exemple. Elles ne sont pas non plus soumises à des obligations en matière de production/diffusion », poursuit Stéphan Bourdoiseau.

Stéphan Bourdoiseau et Stéphane Laick répondent aux questions de News Tank.

À l'issue de son assemblée générale du 28/06/2018, l'UPFI s'est dotée pour la première fois d'un vice-président, issu des TPE, de la musique enregistrée. Est-ce une volonté d'écouter plus attentivement la voix de ces entreprises et de leur faire plus de place au sein de l'action syndicale ?

Stéphane Laick : Cette année, la présidence de Vincent Frèrebeau arrivait à son terme. Stéphan a proposé un programme de travail pour les deux prochaines années dans lequel figurait la volonté d'assurer, au sein de l'UPFI, la représentation la plus large possible des labels indépendants. Le conseil d'administration a donc trouvé pertinent de proposer un président issu des PME et un vice-président issu des TPE. Cela ne sous-entend en rien que les TPE n'étaient pas représentées ou entendues au sein du syndicat auparavant. Ce binôme incarne simplement la politique que nous voulons mettre en place pendant deux ans.

Stéphan Bourdoiseau : Cette organisation, avec un président issu des PME et un vice-président issu des TPE, est la réponse de l'UPFI au constat que le monde de la musique est de plus en plus concentré. Concentré dans le monde du numérique, avec les plateformes et les GAFAs pour lesquels beaucoup de choses se décident aux États-Unis ; concentré dans le monde des éditeurs, de phonogrammes et de musique ; et concentré aussi dans le monde du spectacle vivant. À l'UPFI, nous abordons ces questions de front car les effets négatifs de la concentration peuvent avoir des répercussions sur nos entreprises. La concentration n'est pas un problème en tant que tel, mais elle peut le devenir si elle met à mal la concurrence, si elle discrimine, si elle met des barrières à l'entrée d'un marché et si elle crée des abus de position dominante.



Un doublement du budget de fonctionnement de l'UPFI envisagé

Cette évolution à la tête du syndicat va-t-elle s'accompagner de changements plus profonds à l'UPFI ?

S. L. : Nous envisageons un doublement du budget de fonctionnement de l'UPFI. Nous avons de nombreux projets pour le syndicat : renforcer sa capacité d'action et d'analyse, tisser des liens solides avec ses pendants internationaux et nationaux, tout en solidifiant son rapport avec ses adhérents via une communication et des services aux membres revalorisés. Cela passe par la création d'un poste de chargé de mission qui viendra compléter la structure du syndicat.

Quel est le contenu du programme sur lequel vous avez été élus et que vous allez défendre ces prochaines années ?


S. B. : Le thème général de ce programme est : la construction de la filière musicale française et les outils qui lui permettent d'être compétitive sur un terrain de jeu devenu de plus en plus mondial, dans un environnement très concentré. Ces outils peuvent être de différente nature :

- la protection des droits d'auteur et des droits voisins,
- les outils fiscaux et de financements que sont le crédit d'impôt et les avances lfci,
- les outils permettant de structurer la filière, comme le CNM ou le Bureau Export,
- le « pass culture », qui fait pour le moment l'objet de tests sur une population réduite, et dont une partie non négligeable des dépenses sera logiquement dirigée vers la musique.

Le crédit d'impôt occupe une place prioritaire dans les combats de l'UPFI. Comment appréhendez-vous la manière dont il a pu être bousculé au Parlement, en décembre 2017 puis en juillet 2018 ?

S. B. : Il ne m'a pas semblé qu'il y ait une remise en question dogmatique des crédits d'impôts de la part du Parlement, mais un besoin d'évaluer la pertinence des crédits d'impôt culturels dans leur ensemble. Certains d'entre eux ont connu une inflation, dans leur consommation, ces dernières années. La volonté des députés est d'examiner cela et de procéder à une évaluation, ce qui semble pour le moins légitime lorsqu'il est question d'argent public.

L'inflation des crédits d'impôt culturels ces dernières années vient notamment du cinéma et en particulier de la relocalisation des tournages en France. Cette relocalisation est au centre d'une compétition internationale importante. Le dispositif fiscal relatif à cela a été modifié lorsque Fleur Pellerin était ministre de la Culture, à la suite de « l'amendement Besson », et permet finalement à la France d'être aujourd'hui plus compétitive que ses voisins. De ce fait, beaucoup de tournages français ou étrangers sont revenus en France, ce qui a fait exploser la consommation brute de ce crédit d'impôt. Mais en parallèle, cela a également fait exploser les rentrées fiscales et sociales générées par ces tournages.

 *Les crédits d'impôt sont encore plus pertinents maintenant que le terrain de jeu des industries culturelles est mondial*

Pour le crédit d'impôt phonographique, l'étude menée par le cabinet Xerfi a montré que le rapport entre coûts et recettes fiscales était de 2,7, là où celle réalisée par le cabinet Bearing Point pointe un rapport de 2,4. Les services du rapporteur du budget à l'Assemblée Nationale Joël Giraud, que nous avons rencontré, ont aussi procédé à une évaluation. Une dernière évaluation est en cours, entre les services du ministère de la Culture et ceux de Bercy. Les résultats sont attendus pour fin

septembre 2018. Les différentes composantes de l'État prennent donc avec sérieux le suivi de ces dispositifs et travaillent sur leur évaluation pour essayer de comprendre s'ils sont pertinents et pour pouvoir les modifier, ou pas.

Ce que l'on constate de notre côté, c'est que ces dispositifs sont encore plus pertinents maintenant que le terrain de jeu des industries culturelles est mondial, et dans un contexte où l'Europe a déjà perdu la bataille de la distribution/diffusion. Nous pouvons encore gagner la bataille sur les contenus, de manière défensive, en préservant localement notre création, et de manière offensive, en allant conquérir de nouveaux marchés. L'État a tout intérêt à investir dans les industries culturelles, dans lesquels les investissements créent des leviers significatifs pour ses comptes sociaux et fiscaux. Sans compter les intérêts en matière de diversité culturelle.

S. L. : Sur le crédit d'impôt phonographique, les personnes en charge de l'évaluer pourront constater qu'il est maîtrisé et qu'il a un impact structurant sur la filière. On peut le voir dans l'étude rendue publique par le ministère de la Culture cet été : il a bénéficié à 50 % à des TPE, qui sont localisées à 40 % hors de Paris et de la région parisienne.

Programme de S. Bourdoiseau et S. Laick - Développement des entreprises et compétitivité internationale

- « Pérenniser et renforcer » le crédit d'impôt à la production phonographique, « afin de permettre à ce dispositif efficient et vertueux de produire pleinement ses effets : accélération de la dynamique de reprise de la production française, progression de la croissance des revenus numériques, conquête des marchés internationaux. »
- Participer à la création du CNM, « qui doit devenir un outil de référence au service de la filière musicale et du développement des entreprises ».
- Soutenir « la montée en puissance de la capacité d'action du Bureau Export ».
- Collaborer avec l'Ifcic sur « les moyens à déployer pour assurer le financement des entreprises dans le contexte du changement de paradigme économique que constitue le streaming, et le soutien au développement des entreprises à l'international ».

Programme de S. Bourdoiseau et S. Laick - Diversité musicale

- Diversité de l'exposition des répertoires : « poursuivre le travail réalisé par l'UPFI sous la présidence de Vincent Frèrebeau » en faveur de la diversité de l'exposition musicale en radio et en télévision ; garantir une exposition « équilibrée » de « tous les genres musicaux sur les plateformes de streaming audio et vidéo ».
- Garantir, « dans cette nouvelle ère numérique hyperconcurrentielle », la « diversité des acteurs et la présence des indépendants, garants d'une véritable diversité musicale », ainsi que « la capacité de nouveaux entrants à se développer ».

Programme de S. Bourdoiseau et S. Laick - Structuration de la filière

- Renforcer les partenariats de l'UPFI avec les organisations internationales WIN et Impala, dont elle fait partie. Organiser dans ce cadre des « rencontres professionnelles régulières, européennes et internationales ».
- Construire une « alliance des entreprises de la musique », partager constats et analyses, exprimer des positions communes, « dans la lignée du communiqué publié à l'occasion de la mission de préfiguration du CNM ».
- Participer activement, « avec nos partenaires de TPLM », à la « promotion de notre secteur, la musique étant une part essentielle des industries culturelles et créatives ».

Va-t-il être facile de convaincre les élus de l'intérêt de reconduire un tel dispositif, et de le faire évoluer comme vous le proposez, dans un contexte où le marché de la musique enregistrée repart à la hausse ?

S. B. : Si vous regardez l'évolution du marché du cinéma et de l'audiovisuel, elle a toujours été très soutenue depuis des dizaines d'années, en France et dans le monde. La France aurait alors pu laisser le marché financer la production française. Sauf que sans soutien, celle-ci aurait été balayée, comme l'a été par exemple le cinéma italien. L'audiovisuel en France aurait très bien pu se développer avec des contenus américains, espagnols ou autres. Mais la santé des marchés globaux ne doit pas être le seul critère d'analyse qui doit guider les politiques publiques. Ici le marché pertinent est la production française en France et dans le monde.

S. L. : Ces dispositifs sont des leviers en termes d'emploi, d'activité générée sur l'ensemble du territoire, de recettes fiscales... La crainte serait en effet de voir les parlementaires imaginer que, parce que le marché reprend, il n'est plus la peine de faire bénéficier du crédit d'impôt aux producteurs. Mais il est essentiel de comprendre que le dispositif reste structurant pour notre secteur, surtout dans la mesure où la croissance du marché est liée au streaming, qui ne profite pour le moment qu'à certaines esthétiques. De nombreuses structures ont encore besoin d'accompagnement. Les enjeux sont également à apprécier en termes de diversité musicale et culturelle. Ces sujets sont fondamentaux pour les labels indépendants.

« Certaines entreprises commencent à réfléchir aux endroits où il va falloir réduire la voilure si le crédit d'impôt s'arrête au 01/01/2020

Sur le crédit d'impôt, vous demandez un certain nombre d'aménagements. La totalité de ces mesures ne pouvant, potentiellement, être adoptée dans la future loi de finances, quelle est l'évolution prioritaire du crédit d'impôt phonographique pour l'UPFI ?

S. B. : Il y a, d'une part, une nécessité absolue : celle de voir le crédit d'impôt reconduit au-delà de 2019, et inscrit dans la durée. Nous le disions, ce dispositif est structurant pour la majorité des entreprises, mais la visibilité très relative qu'il nous offre nous freine considérablement. Notre modèle économique est construit autour de l'embauche de CDI et de contrats d'artistes qui nous engagent sur plusieurs albums, et donc plusieurs années. Nos structures sont, à l'heure actuelle, engagées sur des dépenses qui vont au-delà de 2019. Et c'est un vrai problème. Certaines entreprises, comme la mienne, s'interrogent sur leurs programmes d'investissement et commencent à réfléchir aux endroits où il va falloir réduire la voilure, si le dispositif s'arrête au 01/01/2020.

S. L. : Ce qui est valable pour Wagram et les PME les plus dynamiques du secteur, est également valable pour nos TPE, avec lesquelles j'échange régulièrement et qui hésitent très clairement à poursuivre leur politique de signature.

S. B. : Il faut transformer le dispositif en un « crédit d'impôt à durée indéterminée », et sortir d'un mécanisme reconduit tous les trois ans. Cela ne l'empêcherait absolument pas d'être évalué régulièrement par le Gouvernement ou les parlementaires, ni de faire l'objet d'aménagements si besoin. En cela, nous ne demandons rien de très différent que d'obtenir les mêmes conditions que le crédit d'impôt spectacle, qui lui n'est pas « à durée déterminée ».

Ensuite, les demandes d'évolution que nous formulons ne sont que des aménagements, qui visent à rendre le dispositif plus accessible et dynamique pour la plupart des structures, et notamment les TPE et PME, afin qu'elles puissent enrichir le volume et la qualité de leurs productions. Nous ne proposons aucune augmentation de plafond, si ce n'est celui des dépenses par projet. Nous restons dans un cadre budgétaire maîtrisé.

 *Supprimer le critère
de francophonie du
crédit d'impôt pour les
TPE/PME*

Le critère dont l'évolution nous semble déterminante est celui de la francophonie. Nous souhaiterions passer à un système où le critère de francophonie est supprimé pour les TPE/PME. Et que, pour les autres entreprises, ce critère soit ramené à « 1 pour 1 », c'est-à-dire que pour un projet francophone éligible, un projet non francophone soit également éligible. À l'heure

actuelle, la règle pour tout le monde veut que, pour être éligible sur des projets non francophones, le producteur doit être au moins à 51 % de projets francophones. C'est une règle contraignante, même si nous n'avons rien contre la francophonie, bien au contraire. Mais pour nous, il ne s'agit pas que d'une question de langue. Il faut pouvoir défendre certaines esthétiques, françaises mais non francophones.

S. L. : Aménager le critère lié à la francophonie ne fera pas exploser le coût du crédit d'impôt. On parle ici simplement de faire entrer dans le dispositif un certain nombre de producteurs qui n'y ont aujourd'hui pas accès, car ils produisent majoritairement des artistes qui chantent en anglais ou dans d'autres langues. On voit dans les études l'« input » bénéfique du crédit d'impôt sur les TPE : structuration, plus d'EIP, stabilité des embauches...

Avez-vous justement estimé ce que l'évolution de ce critère ainsi que vos autres demandes pèseraient en matière de coût sur ce crédit d'impôt ?


S. B. : Le crédit d'impôt n'est pas un coût pour l'État, mais une recette, étant donné que ce dernier récupère plus de deux fois ce qu'il dépense. C'est en réalité un investissement. Aujourd'hui, le crédit d'impôt crée environ 26 M€ de recettes fiscales et sociales, pour 9 à 10 M€ de consommation brute. Nous proposons de doubler ce rendement d'ici cinq ans, dans un contexte où la filière est confrontée à une compétition internationale sur des marchés en croissance soutenue. C'est parfaitement réaliste.

Parmi les sujets liés au financement et à la structuration de la filière, il y a celui du CNM. L'enveloppe d'argent nouveau promise par l'État est bien inférieure à celle qui était prévu dans le projet en 2011. Comment l'appréhendez-vous ?

S. L. : Il existe une vraie ambition pour le CNM partagée par l'ensemble des acteurs de la filière. C'est un outil important, qui doit être à la hauteur de cette ambition. Les pourtours définis à la Rochelle nous semblent intéressants, c'est une bonne étape dans la construction de l'établissement et nous attendons des pouvoirs publics qu'ils poursuivent dans cette voie.

S. B. : Entre temps, deux crédits d'impôt ont été mis en place, qui pèsent 25 M€ à eux deux. On ne peut pas envisager le CNM de façon isolée. Il s'inscrit dans une politique d'ensemble du Gouvernement, politique qui s'articule autour de la défense du droit d'auteur, de dispositifs fiscaux qui permettent aux opérateurs de continuer à être performants, du « pass culture » et de la structuration de la filière musicale, en particulier au travers du Bureau Export et du CNM. Ce

dernier est un outil intéressant à plus d'un titre. C'est une maison qui créerait de l'observation et de l'analyse, des programmes que les membres de la filière ne seraient pas en mesure de développer individuellement, des mécanismes de soutien aux endroits où la filière est un peu plus fragile... Enfin c'est un établissement qui administrerait les crédits d'impôt « phonographique » et « spectacle ».

 *L'opportunité d'aller gagner des parts de marché dans le monde est démultipliée par la fluidité des échanges, née du numérique*


Selon moi, c'est l'ensemble de ces dispositifs qu'il faut regarder, et ne pas les appréhender chacun de manière isolée. Ce qui nous intéresse, c'est la stratégie du Gouvernement pour la filière musicale, et c'est celle que je viens d'énoncer. Et nous la trouvons très claire et pertinente.

Quid de l'export ?

S. B. : Le Gouvernement nous a montré tout l'intérêt qu'il portait à l'export de la musique française, en augmentant l'année dernière sa dotation au Bureau Export. L'opportunité d'aller gagner des parts de marché dans le monde est démultipliée par la fluidité des échanges, née du numérique. Le projet du Bureau Export, voté par son conseil d'administration, propose une montée en puissance du budget sur deux ou trois ans, le faisant passer de 5 à 10 M€. Il y a une volonté de consolider le réseau, avec un renforcement du Bureau Export aux États-Unis, et de dynamiser les programmes de soutien aux projets. Maintenant, il convient de définir la manière avec laquelle on finance ces 5 M€ supplémentaires, entre filière et État.

S. L. : Les pouvoirs publics ont compris que la concurrence, désormais, était mondiale. Et que le digital amplifie cette concurrence.

Au sujet du streaming, l'UPFI déclare vouloir une exposition « équilibrée » de « tous les genres musicaux » sur les plateformes. N'est-ce pas le cas aujourd'hui ? Qu'attendez-vous des services de streaming à ce sujet ?

 *Nos structures sont d'ores et déjà dans une situation de dépendance vis-à-vis des plateformes*

S. B. : Avec le streaming, nous sommes face à un modèle récent. Il convient donc de garder en tête nos intérêts et d'observer les problèmes que pose le modèle. Certes, le streaming est un monde plus ouvert que la radio. Néanmoins, la radio, elle, est régulée : elle est soumise à des quotas de chanson francophone et à un certain nombre d'interdictions, notamment en matière de production/diffusion. Dans le

streaming, il n'y pas de quota, ce qui permet potentiellement à la plateforme d'influer sur la mise en avant de tel ou tel contenu, non francophone ou non français si elle le souhaite, voire non musical, puisque certaines plateformes proposent aujourd'hui des podcasts, par exemple. Elles ne sont pas non plus soumises à des obligations en matière de production/diffusion. On voit certaines plateformes passer des accords en direct avec des artistes : on peut donc aisément imaginer qu'elles peuvent, si elles le souhaitent, s'ouvrir demain à la production de contenus.

Nos structures sont d'ores et déjà dans une situation de dépendance vis-à-vis d'elles. Nous sommes dans un monde extrêmement concentré, dans lequel les vellétés de bloquer la concurrence existent, soit par discrimination, soit en imposant des barrières à l'entrée. Il faut que cela soit corrigé de la meilleure manière possible.

S. L. : Tout cela suscite en effet beaucoup d'interrogations parmi nos membres. Cette question de la régulation ne touche pas qu'aux conditions de marché et aux éventuelles barrières à l'entrée, mais aussi à l'exposition des catalogues, à la manière dont ils sont poussés, suggérés, via notamment les algorithmes. Cette question touche aussi à la place de nos catalogues le jour où ces services seront producteurs ou coproducteurs, et auront toute latitude pour promouvoir plus largement leurs contenus plutôt que ceux des autres. Sans aller jusque-là, une plateforme peut être tentée de favoriser une esthétique plutôt qu'une autre, si celle-ci lui rapporte plus d'argent parce qu'elle est plus consommée. Enfin, se pose la question des formats non musicaux. Plus les podcasts seront écoutés, plus la rémunération des ayants-droit de la musique baissera. Quid si ces services proposent demain d'autres services encore ?

S. B. : L'UPFI n'a qu'à de rares exceptions investi le terrain des problématiques commerciales avec les autres opérateurs. Elle veut aujourd'hui le réinvestir en lien avec d'autres organismes internationaux, comme Impala et Merlin. Ces organismes nous permettent d'avoir accès à des réseaux, discussions ou opérateurs de niveau mondial. Nous voulons développer ces liens à l'international pour traiter ce type de problèmes, qui ne sont pas uniquement français.

À ce sujet justement, comment expliquez-vous que la proposition formulée par l'UPFI en 2017, invitant les services de streaming à revoir leur mode de répartition des revenus en se basant sur la consommation de chaque abonné, soit si peu reprise à l'international ?

S. L. : Sur ce sujet, on manque de données de la part des plateformes, ce qui ne permet pas d'avancer dans le bon sens. On ne peut procéder qu'à des évaluations à partir de ses propres catalogues.

S. B. : Oui. Mais tout le monde sait que de passer du système de répartition actuel, fondé sur la part de marché de chaque acteur en fonction du volume global de streams, au mécanisme dit « user centric », diminuerait de 30 % la rémunération des répertoires consommés par les utilisateurs qui écoutent beaucoup de musique, et augmenterait mécaniquement de 30 % les répertoires consommés par les gens qui en écoutent moins. Donc, pour schématiser, les répertoires écoutés par les jeunes, comme par exemple la musique urbaine, perdraient 30 %, et ceux écoutés par les moins jeunes, par exemple la variété française, gagneraient 30 %. Ce n'est pas anodin. Et je passe ici sur les répertoires qui, avec ce nouveau mécanisme, auraient un début de rémunération alors que celle-ci est aujourd'hui inexistante. Il faut développer des statistiques fiables pour mettre tout cela en évidence.

« Avec un mécanisme dit "user centric", la rémunération des répertoires écoutés par les jeunes perdrait 30% et ceux écoutés par les moins jeunes gagneraient 30%

Le problème est que cela est arbitré par les plateformes, pour qui ce n'est pas forcément un enjeu, et les plus gros acteurs de la production musicale, qui ont des catalogues suffisamment divers pour que cela leur soit égal. Mais il est difficile de dire à un producteur indépendant spécialisé dans la chanson française qu'il faut qu'il passe aux musiques urbaines s'il veut avoir une chance de s'en sortir dans l'économie du streaming. Néanmoins, on peut déjà constater que le secteur a largement réorienté sa production en fonction de ce nouveau modèle, et intégré les musiques urbaines ou électroniques dans un nombre important de labels.

Pour une plateforme, le modèle dit « user centric » aurait, enfin, pour bienfait de répartir l'argent de l'abonné aux artistes qu'il consomme. Pour elle, il s'agirait d'une forme de transparence et d'honnêteté vis-à-vis du consommateur. Imaginez que ce dernier sache qu'aujourd'hui l'argent de son abonnement part à une esthétique ou un artiste qu'il déteste ?

Stéphan Bourdoiseau



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Union des producteurs phonographiques français indépendants Président	Juin 2018	Aujourd'hui
Bureau Export Président	Mars 2016	Aujourd'hui
Wagram Music Fondateur et président	1998	Aujourd'hui
Union des producteurs phonographiques français indépendants Président	Juin 2010	Juin 2014
Union des producteurs phonographiques français indépendants Président	2004	2008

Fiche n° 733, créée le 13/11/13 à 17:22 - MàJ le 24/09/18 à 12:37

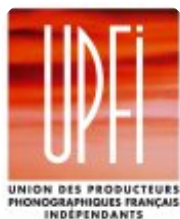
Stéphane Laick



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Union des producteurs phonographiques français indépendants Vice-président	Juin 2018	Aujourd'hui
Fonds pour la Création Musicale Administrateur	Juin 2015	Aujourd'hui
Société Civile des Producteurs de Phonogrammes en France Administrateur	Juin 2013	Aujourd'hui
At(h)ome Lab (tournées et éditions) Gérant	2012	Aujourd'hui
Union des producteurs phonographiques français indépendants Administrateur	Juin 2010	Aujourd'hui
At(h)ome Cofondateur et gérant	2002	Aujourd'hui
Jaff Responsable promotion locale et marketing	2000	2001
Sony Music Entertainment France Promoteur marketing de proximité	1999	2000

Fiche n° 22186, créée le 03/04/17 à 16:56 - MàJ le 29/06/18 à 11:42

Union des producteurs phonographiques français indépendants



- Syndicat de producteurs phonographiques indépendants
- 100 labels membres
- Président : Stéphane Bourdoiseau (Wagram Music), depuis le 28/06/2018
- Vice-président : Stéphane Laick (At(h)ome), depuis le 28/06/2018
- Directeur général : Jérôme Roger, depuis 1997
- Missions : être le porte-parole de la profession et structurer la réflexion,

l'action et la communication sur le métier de producteur phonographique indépendant.

Activités organisées en trois commissions :

- médias,
 - financement de la production,
 - affaires sociales et fiscales.
- Contact : Jérôme Roger, directeur général

Union des producteurs phonographiques français indépendants

63 Boulevard Haussmann

75008 Paris - FRANCE

Téléphone : 01 53 77 66 40



Fiche n° 118, créée le 27/09/13 à 13:23 - MàJ le 29/06/18 à 12:25