

Streaming : les musiques urbaines cristallisent le débat sur la rémunération des artistes

L'Express Thibault Marotte, publié le 26/02/2020 à 18:58 , mis à jour à 21:41

Les labels indépendants se battent pour que le mode de rémunération des artistes, qui favorise les musiques les plus écoutées, soit plus équitable.

Le cap franchi est historique et en dit long sur les nouvelles habitudes de consommation. Selon les derniers chiffres du Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), 9,4 millions de Français ont écouté de la musique via un abonnement payant sur une plateforme de streaming en 2019, soit 10% de la population. Mais ce succès probant pour l'industrie musicale n'efface pas la question polémique de la rémunération des ayants droit. Avec, au centre des critiques, la prédominance des musiques récentes et urbaines dans les écoutes de streaming musical, au détriment d'autres genres musicaux.

"Le mode de répartition reste assez obscur", estime Sylvain Dejean, maître de conférences en économie numérique et de l'Internet à l'Université de La Rochelle. Sur une période donnée, Spotify, Deezer ou encore Apple Music prennent 30% du total des abonnements, qui tournent autour de 10 euros par mois. Les 70% restants sont redistribués aux artistes en fonction des clics.

Cependant, comme le mode de rémunération de la plupart des plateformes de streaming se base actuellement sur un système au prorata total, si une personne écoute dans le mois cinquante fois un titre d'Aya Nakamura et dix fois un titre de Jacques Brel, la répartition du prix de son abonnement ne se fera pas uniquement entre les artistes écoutés (ce qui leur assurerait une répartition juste), mais bien sur la part de marché globale de tout les abonnements.

La jeune génération plébiscite les musiques urbaines

Un artiste émergent encore peu connu touchera donc une part du gâteau bien moindre, comparée aux personnalités qui caracolent en tête des classements grâce aux écoutes de tous les abonnés combinés. "On assiste à une concentration des revenus. Il y a des pans entiers de styles musicaux qui sont en situation de fragilité", pointe Jérôme Roger, directeur général de l'Union des producteurs phonographiques français indépendants (UPFI).

De même, les artistes de musiques dites "plus traditionnelles", moins populaires chez la jeune génération, sont beaucoup moins rémunérés que les artistes actuels. "Les jeunes écoutent plus de musique, avec un volume de *stream* plus important, et dans le système actuel, cela favorise les artistes" issus de styles en vogue, abonde l'économiste François Moreau.

Car un chiffre interpelle : 40% des abonnés au streaming payant ont moins de 25 ans. Et selon le SNEP, 29% des albums écoutés et 36 % des titres écoutés en 2019 étaient catégorisés en musiques urbaines. "Il ne faut pas tomber dans une bataille des anciens contre les modernes. Les musiques urbaines sont en train de gagner des parts de marché dans toutes les générations", nuance néanmoins Alexandre Lasch, directeur général du SNEP.

Le succès des musiques urbaines et récentes auprès des jeunes s'explique notamment par la présence permanente des artistes sur les réseaux sociaux. "Les auteurs de musiques urbaines ont grandi avec ces outils numériques-là", souligne Sylvain Dejean. Les jeunes multiplient ainsi les écoutes chaque jour, tandis qu'une personne plus âgée se limitera à une ou deux écoutes par journée.

Deezer a pris les devants

En septembre 2019, Deezer a pris les devants en annonçant le futur changement de son mode de rémunération des artistes. Le système UCPS (User Centric Payment System), longtemps réclamé par certains acteurs de l'industrie musicale, permet une répartition plus équitable des revenus pour les artistes. Exit le pot commun, le montant payé par mois (10 euros pour Deezer) sera exclusivement réparti entre les artistes écoutés par le seul abonné.

Selon l'entreprise française, un utilisateur écoute en moyenne sept genres de musique différents. Mais la diversité des contenus pourtant souhaitée par les consommateurs de streaming est menacée par le mode de rémunération actuel et le succès déroutant des artistes comme PNL, Niska, ou encore Ninho.

Deezer doit encore recevoir l'approbation des labels, ce qui ne sera pas une mince affaire. Les sommes en jeu sont considérables. Le marché de la musique enregistrée se chiffre à 772,5 millions d'euros, dont 395 millions d'euros pour le numérique.

Depuis son apparition en 2006, le streaming musical a peu à peu grappillé des parts de marché. Au même moment, le marché du CD s'est effondré. L'industrie musicale a pourtant eu du mal à accepter ce nouveau changement de paradigme. "En 2006, les maisons de disques étaient assez réticentes. Ce n'est pas une surprise si aujourd'hui un changement de mode de rémunération amène de la crainte", note François Moreau.

Les majors, Universal, Sony et Warner, voient pour l'instant d'un mauvais oeil un changement de système. Inversement, les labels indépendants poussent pour un nouveau mode de rémunération. "Il y a clairement des labels de classique et de jazz qui sont en train d'en mourir. Ils subissent l'effondrement du physique et ne touchent rien sur le marché du streaming", assure Benoit Tregouet, cofondateur du label indépendant Entreprise et adhérent de la Fédération nationale des labels et distributeurs indépendants.

Les pouvoirs publics prudents sur la question

Tout reste encore à faire en France. Le nouveau Centre national de la musique, dont la création a été validée par le Parlement en octobre 2019, doit lancer des travaux sur le streaming musical et son mode de rémunération d'ici l'été. Jusqu'alors, les études n'ont pas réussi à démontrer l'efficacité du système UCPS.

Le ministre de la Culture Franck Riester milite, lui, pour ce nouveau mode de rémunération, et espère le voir intégrer la loi audiovisuelle, dont l'examen doit débiter au mois de février. "Personne n'est capable de dire quel serait le modèle idéal", affirme Jérôme Roger.

Une autre piste est également envisagée. Le mode de rémunération pourrait se baser sur la durée d'écoute. Les productions récentes sont courtes, tandis que les morceaux de jazz ou de classique sont bien plus longs. Un morceau de rap ou de pop, pour retenir l'attention de l'auditeur, est le plus souvent incisif dès le début et fait intervenir rapidement un refrain. "Le streaming n'est pas encore arrivé à maturité, analyse Alexandre Lasch. On est encore loin d'un modèle stable".

Thibault Marotte