



Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau et  
François Moreau, *Portrait des musiciens à l'heure du  
numérique*

Guillaume Arnould

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/lectures/6029>

ISSN : 2116-5289

**Éditeur**

Centre Max Weber

**Référence électronique**

Guillaume Arnould, « Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau et François Moreau, *Portrait des musiciens à l'heure du numérique* », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, 2011, mis en ligne le 15 juillet 2011, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/6029>

---

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.

© Lectures - Toute reproduction interdite sans autorisation explicite de la rédaction / Any replication is submitted to the authorization of the editors

---

# Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau et François Moreau, *Portrait des musiciens à l'heure du numérique*

Guillaume Arnould

---

- 1 Voici un livre qui se situe à la croisée de l'économie et de la sociologie, en mobilisant le meilleur de ces disciplines. Il s'agit en effet d'une réflexion sur l'environnement dans lequel évoluent les musiciens avec le développement du numérique : téléchargements, sites Internet et autres pratiques permises par le caractère digital de la musique. Elle prend pour point de départ les travaux classiques de sociologie de la culture, et en particulier les résultats empiriques présentés par Olivier Donnat ou Philippe Coulangeon sur la population des artistes.
- 2 Cet ouvrage repose sur une véritable enquête de sciences sociales menée auprès de la société civile pour l'Administration des droits des artistes et musiciens-interprètes (l'Adami) afin d'étudier par le biais de l'analyse économique la population artistique. A partir d'un questionnaire, que l'on peut consulter sur le site du Cepremap, les auteurs réalisent un travail de réflexion sur l'échantillon de l'enquête et font apparaître la diversité de la population des musiciens. Ainsi certains artistes utilisent les techniques numériques, d'autres non. Certains musiciens vivent de leur activité (les « professionnels ») d'autres pas... Le tout dans un contexte général de baisse des ventes de disques entre 2000 et 2008 qui pousse à repenser l'organisation économique du secteur.
- 3 Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau et François Moreau proposent une synthèse des travaux d'économie de la culture en abordant spécifiquement trois aspects : le problème du piratage de la musique ; les apports du numérique à l'activité des musiciens ; et les politiques publiques à développer dans ce contexte.
- 4 Sur le piratage, l'analyse économique met en valeur deux effets. Il existe d'une part un effet d'échantillonnage qui joue positivement sur la consommation de musique : comme les chansons sont des biens d'expérience, les écouter gratuitement permet de donner

envie des les acheter. Mais, on constate, d'autre part, la présence d'un effet plus classique de substitution qui influence négativement la consommation de musique : un individu ne paiera pas un bien qu'il peut obtenir gratuitement. Les travaux empiriques en économie présentent des difficultés à faire émerger une conclusion robuste sur l'impact respectif de ces deux effets. Ainsi, se pose la question de la fiabilité des données sur le piratage (activité illégale forcément difficile à quantifier) qui rend nécessaire l'usage d'un *proxy*, c'est-à-dire une variable considérée comme corrélée au piratage. La plupart des études vont s'intéresser au développement des connexions Internet, sans que l'on puisse réellement les réduire au piratage musical.

- 5 Dès lors, deux conclusions extrêmes émergent : d'un côté des études qui montrent que le piratage est la seule et unique cause de la baisse des ventes de disques ; et de l'autre, des travaux qui estiment qu'il n'a pas d'effet significatif. Cela pose évidemment problème quand il s'agit de mettre en place une politique de lutte contre le piratage, car ces sont les artistes les plus connus qui subissent surtout l'effet substitution, tandis que les artistes moins connus bénéficient de l'effet d'échantillonnage par la promotion de leur musique. De même, cela fait apparaître la divergence d'intérêts entre les musiciens et leurs maisons de disque selon que la rémunération des artistes provient des concerts ou des *royalties* liées aux ventes de disques. D'autant que se développent en parallèle des stratégies juridiques de lutte contre le piratage afin de faire respecter le droit d'auteur. La loi Hadopi en France n'est pas isolée, le principe de sanction des individus qui mettent illégalement en ligne de la musique est la base de ces législations.
- 6 Les auteurs soulignent que la musique est un secteur très peu soutenu par les pouvoirs publics, ce qui d'ailleurs pose des problèmes dans une logique d'accompagnement d'un passage au numérique. Il s'agit d'un véritable problème d'adaptation technologique. L'enquête montre, en effet, que la variété des opinions des musiciens interprètes découle de plusieurs critères : la faible notoriété rend plus tolérant vis-à-vis du piratage (et vice versa) ; le potentiel scénique important rend également plus tolérant car les consommateurs illégaux constituent une audience potentielle ; l'autoproduction rend moins tolérant car cela réduit la rentabilité de l'investissement des musiciens.
- 7 Dans la seconde partie, sur les apports du numérique, le livre met l'accent sur le rôle de progrès technique que constitue cette révolution. L'économie interprète ainsi le passage au numérique (posséder un *home studio*, un site Internet ...) comme une manière d'accroître le capital humain des artistes. Cela modifie leur activité économique tant au niveau de la production musicale que de la distribution. Les auteurs constatent que la possession d'un *home studio* est un investissement qui permet d'accroître la rentabilité de l'activité musicale par autoproduction. De plus, le développement des technologies de l'information et de la consommation (TIC) favorise une logique d'entrepreneuriat pour les musiciens. Ainsi, l'autoproduction peut être préalable à la signature chez un grand producteur musical (*major*). Cette logique d'entrepreneur a des effets aux deux extrêmes de la population des artistes : les stars peuvent se passer des circuits de distribution traditionnels ; les artistes peu connus peuvent essayer de s'imposer plus facilement (sans coût d'entrée sur le marché de la musique).
- 8 Pourtant, aucune étude empirique ne permet réellement de déterminer qui sont ces artistes entrepreneurs et quel critère serait déterminant pour chercher à modifier ainsi à son profit le fonctionnement de l'industrie musicale. On oppose ainsi les théories économiques classiques de Knight qui insiste sur le rôle de l'aversion au risque et celle de Schumpeter pour qui le paramètre primordial est le développement d'une innovation.

L'enquête montre simplement ici, que posséder un *home studio* a logiquement un impact décisif sur la décision d'autoproduction et qu'elle entraîne une modification du rapport avec les *majors*.

- 9 Enfin, la dernière partie sur les politiques publiques met en valeur le problème d'économie politique posé par le développement du numérique dans l'industrie musicale : la population des artistes étant hétérogène cela nuit à l'émergence d'une solution unique acceptable par tous. Ainsi coexistent quatre modèles économiques : le financement de la musique par publicité ; le téléchargement gratuit avec un prix fixé librement par le consommateur ; les contrats à 360° où la maison de disque gère la totalité des activités artistiques et le paiement forfaitaire contre un accès illimité à la musique.
- 10 L'enquête des auteurs fait apparaître trois critères dans l'acceptation de l'une ou l'autre politique : la saisie des opportunités du numérique ; l'opinion vis-à-vis du piratage et le succès. Dès lors, on peut distinguer cinq classes d'artistes. Les « exclus » et les « musiciens classiques » n'ont pas saisi l'opportunité du numérique et n'ont pas de succès financier. Ils sont fortement opposés au piratage, phénomène qui les concerne pourtant peu (effet défouloir ?). Les résultats sont plus complexes pour deux classes : les « technophiles » et les « artistes à succès » qui ont pris le virage numérique et peuvent accepter le piratage s'il permet de se faire connaître ou ne nuit que marginalement au succès. Enfin les « artistes de scène » sont plutôt tolérants au piratage qui permet d'attirer du public.
- 11 Ce petit ouvrage est ainsi une excellente clé d'entrée aux problématiques culturelles modernes mobilisant la qualité et l'utilité des diverses sciences sociales.

---

## AUTEUR

### GUILLAUME ARNOULD

Professeur agrégé d'Economie gestion Classe préparatoire ENS Cachan Lycée Gaston Berger -  
Université Lille 1