

**VOLUME!**

## **Volume !**

La revue des musiques populaires

**4 : 2 | 2005**

**Musiques actuelles : un "pas de côté"**

---

# Quel modèle économique pour les scènes de musiques actuelles ?

*Economic Models for Popular Music Venues*

**Dominique Sagot-Duvauroux**

---



### **Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/volume/1320>

DOI : [10.4000/volume.1320](https://doi.org/10.4000/volume.1320)

ISSN : 1950-568X

### **Édition imprimée**

Date de publication : 15 septembre 2005

Pagination : 15-24

ISBN : 2-913169-22-8

ISSN : 1634-5495

### **Référence électronique**

Dominique Sagot-Duvauroux, « Quel modèle économique pour les scènes de musiques actuelles ? », *Volume !* [En ligne], 4 : 2 | 2005, mis en ligne le 15 février 2008, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/volume/1320> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/volume.1320>

---

L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

# Quel modèle économique pour les scènes de musiques actuelles ?

par

Dominique SAGOT-DUVAUROUX

GEAPE, Université d'Angers

**Résumé :** Les scènes de musiques actuelles sont des entreprises de spectacle vivant insérées dans une filière industrielle. Souvent d'initiative militante, elles poursuivent des objectifs non strictement commerciaux. Ces spécificités induisent une économie plurielle qui dessine une grande variété de modèles organisationnels que cet article a pour objectif d'analyser.

**Mots-clefs :** *Économie de la culture — musiques actuelles.*

**Les scènes** de musiques actuelles<sup>1</sup>, labellisées ou non, présentent des spécificités qui les distinguent, malgré de nombreux points communs, de leurs sœurs spécialisées dans les autres domaines du spectacle vivant (théâtre, danse, arts de la rue...). Le but de cette contribution est, à la lumière de l'économie du spectacle en général, de s'interroger sur les différents modèles économiques que peuvent adopter ces structures<sup>2</sup>.

Cet article se structure en deux parties. Après avoir précisé les spécificités principales des scènes de musiques actuelles (1), je m'appuierai sur la typologie proposée par les travaux du Centre d'Étude de l'Emploi sur ce champ (Bureau *et al.*, 2004) pour analyser les différents choix organisationnels offerts à ces structures (2).

## Les spécificités économiques des scènes de musiques amplifiées

Les scènes de musiques amplifiées sont des entreprises de spectacle vivant (a), insérées dans une filière industrielle (b) et dont la vocation n'est pas majoritairement marchande (c).

### *a) Des entreprises de spectacle vivant*

Les scènes de musiques amplifiées sont d'abord des entreprises de spectacle vivant et à ce titre connaissent des problèmes analogues à ceux rencontrés dans les théâtres ou dans les cirques. Ces entreprises subissent notamment la fameuse loi de Baumol qui stipule que, compte tenu de l'impossibilité de réaliser des gains de productivité dans le spectacle vivant, les entreprises de ce secteur connaissent une pression permanente à la croissance de leurs coûts (Baumol *et al.*, 1966<sup>3</sup>). Cette pression se trouve renforcée par deux facteurs. D'une part, les lieux de musiques actuelles doivent se mettre aux normes juridiques (sociales et fiscales) du secteur et sont conduits à renoncer progressivement au bénévolat. D'autre part, les tourneurs ont conscience des moyens nouveaux dont disposent les lieux labellisés et ajustent leurs prix en conséquence. Cette inflation

1. Les termes « scène de musique amplifiée » ou « scènes de musiques actuelles » sont utilisés ici sans référence au statut institutionnel des SMAC.

2. Voir pour un cadre plus général, Sagot-Duvauroux (2005).

3. Précisons que la loi de Baumol s'applique tout autant aux entreprises de production de spectacles que de diffusion. À ce titre elle touche naturellement les scènes de musiques actuelles.

est encouragée par la concurrence que se livrent les lieux au sein d'une même région et qui favorise naturellement les lieux les mieux dotés.

Cette hausse des coûts peut être financée de plusieurs façons :

— *La hausse des prix* : il s'agit de répercuter dans les prix de vente la hausse subie des coûts. Une étude américaine récente montre en effet qu'aux États-Unis, la hausse du prix des concerts a été plus rapide que celle de l'ensemble des biens et services et même que le prix des autres formes de spectacles (Krueger, 2005). Sur la période 1996-2003, le prix moyen d'une place de concert aux USA augmentait de 81 % lorsque l'indice général des prix ne croissait lui que de 17 %.

Outre une conséquence directe de la loi de Baumol, deux autres explications peuvent être avancées pour expliquer ces augmentations. Les auteurs insistent sur le rôle qu'a pu jouer la concentration de la distribution de concerts dans cette évolution. Quatre entreprises assureraient 70 % de la distribution aux États-Unis, la principale, *Clear Channel Communications* représentant à elle seule 41 % du marché.

L'étude évoque également un effet de substitution entre les différentes ressources des artistes<sup>4</sup>. Le manque à gagner supporté sur les ventes de disques en raison du piratage serait en partie compensé par une hausse du prix des concerts. Il est notable à cet effet que la croissance des prix s'accélère à partir de 1996.

Cette hausse du prix n'est cependant possible que s'il existe une faible sensibilité de la demande aux prix. C'est le cas pour des concerts exceptionnels pour lesquels les gens sont prêts à payer des sommes élevées. Qu'en est-il des concerts de moins grande renommée ? En tout état de cause, cette croissance des prix favorise l'élitisation du public.

— *La réduction des formats* : Une seconde solution consiste à programmer des spectacles peu coûteux, de petit format. Baumol avait ainsi calculé qu'entre 1945 et 1978, le nombre moyen de comédiens par représentation avait été divisé par deux dans les théâtres de Broadway, passant de 16 en 1946 à 8 en 1978. En France, les deux tiers des spectacles de rue ou des spectacles de cirques

---

4. Krueger nomme cet argument « the Bowie Theory ». David Bowie avait en effet prédit l'importance grandissante des tournées dans le revenu des artistes compte tenu des évolutions technologiques qui compromettent les revenus tirés de la musique enregistrée.

mobilisent au plus quatre artistes (voir par exemple Dapporto & Sagot-Duvauroux, 1999). Dans un contexte de pénurie budgétaire, Le one man show s'avère économiquement beaucoup mieux adapté à l'économie du spectacle que le spectacle grand format.

— *Une prise de risque limitée* : Une troisième solution consiste à limiter la prise de risque. Les marges se réduisant au fur et à mesure qu'augmentent les coûts, le programmeur ne peut plus se permettre un échec commercial. Il est fortement incité à s'assurer un coefficient de remplissage élevé par le recours à des valeurs sûres (genres ou vedettes). C'est ce que l'on observe dans le théâtre privé par exemple.

— *Une gestion des ressources humaines spécifique* : Le mécanisme de la loi de Baumol repose essentiellement sur la diffusion des hausses de salaire accordées dans les secteurs réalisant des gains de productivité vers les secteurs comme le spectacle vivant qui n'en réalisent pas. Une manière de limiter la hausse des coûts consiste alors à contrôler la pression à la hausse des salaires en externalisant une partie de ces coûts sur d'autres agents notamment sur les collectivités publiques. Le système de l'intermittence socialise ainsi une partie du coût en main d'œuvre du spectacle vers les régimes sociaux. Par ailleurs, l'étude du CEE montrait que 42 % des emplois dans les scènes de musiques amplifiées étaient des emplois jeunes (Bureau *et al.*, 2005 ; voir aussi Colin *et al.*, 2003). Enfin, le recours à une économie informelle ou au bénévolat est une pratique courante dans le spectacle même si, comme nous l'avons signalé, la labellisation remet en cause ces pratiques.

— *Le recours au financement public* : Enfin, une dernière solution consiste à augmenter les subventions publiques aux lieux de spectacles pour leur permettre de financer la croissance des coûts sans précariser la main d'œuvre ou sans augmenter les prix. Le modèle de référence est alors le réseau des scènes nationales. Néanmoins, l'augmentation des ressources publiques s'accompagne généralement d'une augmentation des coûts, ne serait-ce que pour respecter les normes sociales et juridiques, comme cela a déjà été signalé.

Dans le contexte actuel de contrainte budgétaire aiguë et bien que les SMAC soient largement sous dotées par rapport à leurs grandes sœurs les Scènes nationales, l'hypothèse d'une augmentation sensible des moyens publics est aujourd'hui largement irréaliste.

En conclusion, les scènes de musiques actuelles, en tant qu'entreprises de spectacle vivant, sont condamnées, en l'absence de subventions publiques conséquentes, à sacrifier le risque artistique, à

se spécialiser sur des spectacles de petits formats ou encore à fonctionner sur une base importante de travail non rémunéré. Les subventions desserrent la contrainte budgétaire mais en créent d'autres, de nature institutionnelle.

***b) Des entreprises inscrites dans une filière industrielle***

À la différence du théâtre et de la danse qui ne doivent attendre de recettes que de la scène, les scènes de musiques actuelles sont insérées dans une filière économique au sein de laquelle elles jouent des rôles multiples et valorisables :

— elles produisent des revenus pour les artistes. Aux États-Unis, les revenus des 35 artistes ayant touché les plus gros revenus en 2002, sont composés à 75 % des revenus des concerts (Krueger, 2005). Le développement des SMAC en France associé à la réduction des revenus issus du disque a renforcé le rôle économique de la scène dans la filière où elle apparaît comme un substitut à l'érosion des revenus du disque ;

— elles sont le principal outil de promotion et de débouché des artistes peu ou pas connus. Depuis quelques années, de nouvelles générations se sont fait connaître, non par le disque ou la radio mais par la scène. Ces artistes alimentent ensuite l'économie de la filière une fois leur notoriété établie ;

— ces scènes sont ainsi des lieux d'expérimentation et d'apprentissage qui accompagnent le travail des labels indépendants dans la découverte de nouveaux talents et dans la prise de risque ;

— elles constituent un moyen de desserrer l'étau constitué par la concentration de la distribution aux mains des quatre majors, Warner, Universal, EMI et BMG-Sony au sein d'une structure de marché qualifiée d'oligopole à frange. Les labels indépendants en amont et les SMAC en aval forment une filière permettant aux artistes plus marginaux d'avoir une chance de rencontrer leur public. Ils constituent la frange de l'oligopole dont le rôle systémique est précisément l'innovation.

Cette position stratégique soulève la question du rôle que doit jouer l'industrie musicale dans le financement des scènes de musiques actuelles. Si la santé économique de l'ensemble de la filière dépend positivement de l'existence d'un réseau de salles indépendantes, alors ce réseau de salles ne doit-il pas être en partie financé par la valeur ajoutée dégagée par l'ensemble de la filière ? Faut-il par exemple mettre en place un système de financement automatique des scènes de musiques amplifiées qui s'inspirerait du mécanisme de financement du cinéma ? Une taxe pourrait être prélevée sur les recettes des industries musicales (ventes de disques, chiffre d'affaires des radios, etc.) et affectée ensuite en partie au financement des salles.

Cette interrogation en fait surgir plusieurs autres.

Faut-il que les pouvoirs publics favorisent la mise en place d'une filière des indépendants en imaginant des liens contractuels ou institutionnels entre les labels indépendants et les SMAC? Au-delà, faut-il imaginer comme dans le théâtre et la danse la mise en place d'un système de subventions pérennes aux groupes de musiques actuelles?

Faut-il au contraire favoriser la mutualisation des risques en favorisant la programmation jointe de concerts à fort potentiel et de concerts plus confidentiels et plus innovants? Se pose alors la question de la résistance des lieux de musiques amplifiées aux majors et plus généralement à des logiques exclusivement commerciales?

### ***c) Une vocation non strictement commerciale***

Les scènes de musiques amplifiées sont souvent nées d'initiatives militantes, ancrées dans un territoire et poursuivant des objectifs diversifiés. Ces lieux ne répondent pas nécessairement à une politique d'aménagement du territoire mais plutôt à des réactions désordonnées d'artistes ou de citoyens face à une offre de musique inadaptée (elles appartiennent souvent à ce que Fabrice Lextrait (2001) a appelé les nouveaux territoires de l'art).

Cette origine non marchande, non institutionnelle et militante a plusieurs conséquences :

— Poursuivant plusieurs objectifs, ces lieux ont recours à une multiplicité de financements (billetterie, subventions, produits dérivés...). Les recettes propres représentent ainsi en moyenne 38 % du budget des scènes de musiques actuelles, les subventions des villes 22 %, de l'État (y compris aide à l'emploi) 25 %, des régions et départements 13 % (Colin *et al.*, 2003).

À ces multiples financements correspondent de multiples critères d'évaluation : marchands, artistiques, sociaux qui compliquent la gestion de ces organismes.

— Ces lieux posent des problèmes singuliers aux élus lorsqu'ils ne correspondent pas aux programmes culturels initialement prévus par les collectivités publiques. Les édiles doivent se positionner vis-à-vis de projets non formatés mais susceptibles de grever sur le long terme leurs budgets. Face à l'offre institutionnelle déjà existante, il est alors tentant de laisser dans la marginalité des initiatives susceptibles de remettre en cause le partage des moyens budgétaires affectés à la culture.

Les spécificités économiques des scènes de musiques actuelles font de celles-ci des hybrides économiques qui peuvent pencher soit vers l'univers marchand en raison de leur insertion dans

la filière industrielle musicale, soit vers l'univers institutionnel en raison de leur parenté avec les autres structures du spectacle vivant, soit vers un entre-deux, caractéristique souvent de ce que l'on appelle l'économie solidaire. Elles constituent des laboratoires d'une économie mixte associant fonds privés et fonds publics.

### **Quel modèle économique pour les SMAC ?**

Les spécificités économiques présentées ci-dessus laissent entrevoir l'existence d'une pluralité de modèles économiques pour les lieux de musiques amplifiés, selon que les logiques marchandes, institutionnelles ou militantes prédominent. Je m'appuierai ici sur la typologie proposée par le CEE dans son travail sur les emplois-jeunes dans les scènes de musiques actuelles pour montrer que chacun des types définis met en avant une spécificité plus qu'une autre (Bureau *et al.*, 2004).

Les auteurs distinguent quatre principaux types de SMAC :

- l'association affinitaire
- l'association équilibrée
- l'entreprise alternative
- la petite entreprise de service public

#### ***a) L'association affinitaire***

Il s'agit d'une structure créée par un groupe d'amis pour satisfaire un goût commun pour un type de musique. Le bénévolat est au cœur du fonctionnement de ces lieux qui au départ en tout cas ont une dimension essentiellement locale. Le recrutement se fait par adhésion au projet.

Ces structures jouent un rôle identitaire essentiel dans le secteur et elles participent activement à la fonction de découverte et d'innovation attribuée à la frange. La question se pose cependant de leur pérennité. Représentent-elles un mode d'organisation durable en marge des circuits professionnels, une sorte de frange de la frange ou bien constituent-elles simplement l'étape de démarrage d'une structure dont l'évolution vers tel ou tel autre modèle dépendra des caractéristiques du projet initial ? Leur fonctionnement est d'ailleurs parfois critiqué par les structures professionnelles qui y voient une forme de concurrence déloyale en raison du non-respect des normes qui les caractérisent parfois.



***b) L'association équilibriste ou comment concilier toutes les logiques à la fois***

Prolongement naturel de l'association affinitaire, ce type de structure cherche à préserver l'origine affinitaire de l'entreprise avec la nécessité d'une professionnalisation. Proche des structures analysées par Fabrice Lextrait dans son travail sur les nouveaux territoires de l'art, ce type d'entreprise doit naviguer entre différentes logiques institutionnelles, commerciales, artistiques ou sociales parfois difficiles à concilier.

La solution passe par l'adoption d'une économie de projet où chaque initiative doit trouver son propre équilibre budgétaire. Il en résulte des financements très diversifiés et souvent non pérennes.

À terme, ce type de structure peut être tenté par le modèle de la petite entreprise de service public ou par celui de l'entreprise alternative

***c) La petite entreprise de service public***

Animée par un directeur qui assume l'essentiel des responsabilités, faisant appel à un personnel professionnel et bénéficiant de financements stables, cette forme d'entreprises emprunte au modèle institutionnel classique représenté par les scènes nationales. Si les premiers directeurs font souvent partie de l'équipe fondatrice, les collectivités publiques peuvent ensuite nommer un responsable extérieur.

Le travail de la structure s'inscrit désormais dans une politique d'action culturelle émanant des différentes collectivités publiques. La dépendance vis-à-vis des objectifs de politique publique est la contrepartie de subventions pérennes.

Cette forme constitue sans doute pour beaucoup d'équipes un aboutissement traduisant la reconnaissance par les pouvoirs publics du travail accompli, même si elles s'en défendent souvent par crainte d'être accusées d'institutionnalisation et d'académisme. N'oublions pas en effet que ces structures se sont souvent créées pour pallier le manque d'ouverture des institutions en place pour les musiques actuelles, institutions qui dès lors font figure d'épouvantail.

Le risque existe en effet de voir se constituer un nouveau réseau de l'action culturelle, après ceux organisés autour du théâtre puis de la danse ou des arts de la rue, avec ses normes, ses académismes, ses insiders et ses outsiders, et à l'intérieur duquel il deviendra de plus en plus difficile de rentrer, les bonnes places étant déjà occupées par les pionniers (voir Sagot-Duvauroux, 2004).

En même temps, l'expérience du théâtre, du cirque ou de arts de la rue montre qu'il est bien difficile de poursuivre une programmation diversifiée et innovante à l'écart de ces réseaux, sauf, comme nous l'avons signalé dans la première partie, à se contenter de petites formes peu coûteuses ou bien à ne plus prendre de risques artistiques.

Notons que la mise en place d'un tel réseau pose la question d'un réseau parallèle d'aide à la création et donc aux groupes à côté d'un réseau institutionnel de diffusion, comme c'est le cas pour le théâtre ou la danse.

#### *d) L'entreprise alternative*

Dans ce cas de figure, les équipes ont la volonté de construire une entreprise indépendante des logiques purement commerciales autant que des logiques institutionnelles tout en ayant un fonctionnement professionnel assurant une rémunération convenable aux artistes.

Elles entendent démontrer qu'une entreprise peut tout à la fois être économiquement viable sans pour autant chercher à maximiser son profit dans une stratégie purement commerciale. Ce sont ces structures qui sont véritablement le pendant des labels indépendants au niveau de la diffusion. Elles s'inscrivent dans la filière industrielle musicale tout en refusant de sacrifier l'innovation au profit.

Le rôle que jouent ces structures dans le fonctionnement global du système musical en fait les destinataires privilégiés d'un mécanisme de financement automatique évoqué plus haut ou de modes de régulation spécifiques. Elles sont à la musique ce que les librairies indépendantes sont au livre, maillon indispensable mais pourtant fragile de la chaîne de valorisation de la musique.

C'est évidemment cette forme d'entreprise qui apparaît la plus singulière par rapport à ce qui se passe dans les autres scènes de spectacle vivant. L'existence d'une filière industrielle rend possible, grâce aux ressources globales dégagées par celle-ci, une existence relativement autonome par rapport aux subventions des pouvoirs publics, à condition de disposer d'un dispositif de régulation adéquat.

## **Conclusion**

Les spécificités économiques des scènes de musiques actuelles autorisent une diversité organisationnelle plus grande que pour les autres formes de spectacle vivant. De la scène

institutionnalisée conduite à jouer au sein d'une ville un rôle complémentaire aux lieux de diffusion du théâtre ou de la danse aux espaces alternatifs où se côtoient cellules de création, concerts et animation citoyenne, en passant par la scène intégrée dans la filière musicale, les choix d'orientation des lieux de musiques actuelles est large et induit des pouvoirs publics la mise en place d'un dispositif d'aides garantissant cette diversité.

## Références bibliographiques

BAUMOL W.J., BOWEN W.G. (1966), *Performing Arts : the economic dilemma* - Cambridge, MIT Press.

BUREAU M. Ch., GOMEL B., SCHMIDT N. (2004), *Les associations de musiques actuelles, partenaires du programme Nouveaux services – emplois jeunes. Contribution à un état des lieux*, CEE, 04/02, janvier, 117 p.

COLIN B., de LARMINAT L., BOURON G., LARDIÈRE E. (2003), *Consolidation des NSEJ dans les réseaux musiques actuelles*, Rapport final, OPALE, novembre.

DAPPORTO E., SAGOT-DUVAUROUX D. (1999), *Les arts de la rue, portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*, La documentation Française.

KRUEGER Alan B. (2005), « The Economics of Real Superstars : The Market for Rock Concerts in the Material World », *Journal of Labour Economics*, vol. 23, n°1.

LEXTRAIT F. (2001), *Une nouvelle époque de l'action culturelle*, rapport à Michel Duffour, La documentation Française.

LEXTRAIT F., Khan F. (sous la dir.) (2005), *Nouveaux territoires de l'art*, Éditions Sujet/Objet.

SAGOT-DUVAUROUX D. (2004), « Des carences du marché aux carences de l'État, quelle politique culturelle aujourd'hui? », in *Financement et gestion de la culture aux États-Unis et en France, Nouvelles synergies et interdépendances des sources privées et publiques*, Les éditions de Bercy, p. 204-213.

— (2005), « L'économie de la culture au prisme de ses valeurs », in *Culture publique, opus 3, L'art de gouverner la culture*, (mouvement) SKITe sens&tonka, p.105-112

DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX, Professeur à l'université d'Angers, Directeur du GEAPE  
dominique.sagot@univ-angers.fr