

Dossier  
de presse

OCTOBRE  
2024

Conférence  
du 17 octobre  
2024

Centre national  
de la musique



# MaMA 2024

## CONTACTS

Centre national  
de la musique

Anne-Sophie BACH  
Directrice du  
développement,  
de la communication  
et des partenariats

Nathalie LEDUC  
Responsable  
communication  
E. [nathalie.leduc@cnm.fr](mailto:nathalie.leduc@cnm.fr)  
T. 01 83 75 26 84

Aurélié ABADIE  
Chargée  
de communication  
E. [aurelie.abadie@cnm.fr](mailto:aurelie.abadie@cnm.fr)  
T. 01 83 75 26 34

OPUS 64 - Valérie SAMUEL  
Aurélié MONGOUR  
Attachée de presse  
E. [a.mongour@opus64.com](mailto:a.mongour@opus64.com)  
T. 01 40 26 77 94

Crédit photo :  
Chloé Le Ferrand  
John Matychuck

Baromètre de l'emploi dans le  
secteur de la musique et du  
spectacle vivant

Recueil du CNMlab "Artistes et  
entrepreneuriat"

# SOMMAIRE

- p. 3 **Édito de Jean-Philippe Thiellay**
- p. 5 **Le Baromètre de l'emploi 2024**
- p. 9 **Artistes et entrepreneuriat**

## Les enjeux de l'emploi dans la filière musicale et de l'entrepreneuriat des artistes

C'est sous l'angle de ses nombreuses et diverses missions que le Centre national de la musique se préoccupe des conditions de travail, d'emploi et de création des artistes, soit à travers des dispositifs, financiers et non financiers, qui leur sont directement dédiés, soit en soutenant les structures et les personnes qui les accompagnent et les entourent. La mission d'observation du CNM vient compléter ces actions et les deux travaux présentés à l'occasion du MaMA music et convention 2024, portant, pour le premier, sur les enjeux de l'emploi dans la filière musicale et, pour le second, sur l'entrepreneuriat des artistes, concourent à cette ambition.

La première édition du **Baromètre de l'emploi dans le secteur de la musique et du spectacle vivant**, réalisé en partenariat avec **Audiens**, groupe de protection sociale spécialisé dans le secteur culturel, fournit une vision statistique détaillée de l'emploi dans les grandes composantes de la filière musicale et du spectacle vivant : spectacle vivant (subventionné et non subventionné), édition phonographique et édition musicale. Cette étude brosse le portrait d'un secteur composé d'une **majorité de petites entreprises, dont les deux tiers sont situés en régions. Si l'emploi intermittent y est globalement prédominant** (sauf dans le domaine de l'édition musicale), **les salariés permanents** (en CDI ou CDD, hors intermittence) y sont tendanciellement **jeunes** et plutôt **féminins**. On note, pour les regretter vivement, des **disparités salariales** fortes défavorables aux femmes, tant dans les niveaux des cachets que dans les salaires.

Ces constats chiffrés trouvent un écho dans le troisième recueil du CNMLab, le laboratoire d'idées et

de prospective du CNM, intitulé "**Artistes et entrepreneuriat. Vers de nouvelles formes d'organisation dans la musique**". Cet ouvrage collectif, qui comprend à la fois des articles rédigés par des universitaires et des entretiens avec des artistes représentant des genres musicaux variés, rappelle notamment que l'essor de nouveaux réseaux et outils numériques a permis de faire émerger des opportunités entrepreneuriales, qui redessinent à certains égards l'organisation des acteurs et actrices de la filière musicale.

Les différents chapitres de ce recueil mettent en lumière la tension entre l'injonction à entreprendre, à animer une communauté voire à réinventer une pratique artistique, et les défis de ces formes de structuration. Les risques psychosociaux, les difficultés inégales entre les musiciens et musiciennes à être reconnus dans leurs démarches entrepreneuriales, ou encore l'investissement nécessaire dans les dispositifs façonnés par les plateformes, sont autant de **fragilités** sur lesquelles les analyses sont encore rares. Des études de cas portant sur les musiques rap et la scène punk permettent, en complément, de mieux comprendre les différents chemins vers l'indépendance. Enfin, le recueil réunit également le témoignage de **cinq artistes, aussi différents que A'Salfo, Fianso, Karine Deshayes, Rebeka Warrior et Zaho de Sagazan**, sur leurs motivations à « faire par eux-mêmes » et des réalités multiples que recouvrent l'organisation stratégique de leur carrière.

Ces travaux, par les données quantifiées et les réflexions qu'ils mettent à jour de manière inédite,

doivent servir de base à une meilleure compréhension de la filière musicale et, notamment, des conditions de travail des artistes. C'est l'ambition de la mission d'observation du CNM qui nourrit les différents modes d'intervention de l'établissement au service de la musique et des variétés.

**Jean-Philippe Thiellay,**  
président du CNM

# BAROMÈTRE DE L'EMPLOI DANS LE LE SECTEUR DE LA MUSIQUE ET DU SPECTACLE VIVANT (2024)

## 01.

À l'occasion du MaMA music et convention 2024, le Centre national de la musique (CNM) publie pour la première fois ce jeudi 17 octobre une vision statistique détaillée de l'emploi en 2023 dans l'édition musicale, l'édition phonographique, le spectacle vivant privé et le spectacle vivant public, sur la base de données que lui a confiées Audiens<sup>1</sup>.





## Baromètre de l'emploi dans le secteur de la musique et du spectacle vivant

Cette étude brosse le portrait d'un **secteur en croissance** (en nombre de structures) de 19% depuis 2019, avec **26 975 entreprises répertoriées** et relevant à **91,4% du spectacle vivant** (qui regroupe dans cette étude l'ensemble des activités artistiques), dont 48,2% pour le spectacle vivant privé et 43,2% pour le spectacle vivant public.

Ces entreprises sont majoritairement de petites structures, réparties sur l'ensemble du territoire. En effet, seules 26% d'entre elles emploient plus de 50 salariés ou plus, **le plus grand nombre des structures comptant entre 11 et 50 salariés (34%)**, une tendance qui s'observe sur chacun des champs d'activité, à l'exception de l'édition phonographique où 32% des entreprises ont plus de 50 salariés. **Plus des deux tiers de l'ensemble de ces structures sont situées en région**, avec seulement 30% d'entreprises en Île-de-France, une répartition toutefois différente si l'on observe la seule édition musicale, où ce dernier chiffre monte à 80% des structures.

**L'emploi intermittent est globalement prédominant** sur l'ensemble du secteur et en hausse de 12% depuis 2019 (contre une hausse de 10% du nombre total de contrats, tous types confondus, sur la même période), même si l'édition musicale compte à l'inverse 58% de contrats permanents. Malgré une **faible part de contrats en CDI, ils génèrent la majorité de la masse salariale** dans chacun des champs observés : les CDI représentent ainsi 16% des contrats dans l'édition phonographique mais génèrent 77% de la masse salariale, c'est 6% de CDI dans le spectacle vivant privé pour 32% de la masse salariale de ce secteur, 15% de CDI dans le spectacle vivant public pour 54% de la masse salariale, et 42% de CDI dans le spectacle vivant privé pour 90% de la masse salariale.



Concernant la typologie des personnes travaillant dans le secteur observé, il est intéressant de noter que **les salariés permanents** (en CDI ou CDD, hors intermittence) y sont tendanciellement jeunes, 40% d'entre eux ont moins de 30 ans, et plutôt féminins, avec 56% de femmes en emploi permanent dans le spectacle vivant privé, 59% dans le spectacle vivant public, 49% dans l'édition phonographique et 54% dans l'édition musicale. **La part des femmes est en revanche inférieure à 40% dans les contrats d'intermittence**, quel que soit le secteur observé, et tombe même à 29% pour l'édition musicale et l'édition phonographique. Des **disparités salariales défavorables aux femmes** demeurent également, tant dans les cachets que dans les salaires, quel que soit le secteur d'activité observé.

Le baromètre étudie enfin plus spécifiquement la situation **des artistes, dont la quasi-totalité est sous contrat d'intermittence**. **Les femmes artistes sont globalement sous-représentées**, quoique quasiment aussi nombreuses que les hommes pour la seule pratique du chant (49%). Surtout, elles perçoivent des cachets **généralement inférieurs à ceux des artistes masculins**, indépendamment de leur discipline artistique.

Il sera intéressant d'observer l'évolution de ces différents chiffres sur les années à venir, notamment du point de vue de la répartition femmes/hommes ou encore de la part d'emplois permanents dans la filière. Le Centre national de la musique souhaite pérenniser la sortie de cette étude et cette première édition devrait ainsi être suivie de mises à jour régulières.

<sup>1</sup> Les données sont issues des bases Audiens, groupe de protection sociale paritaire à but non-lucratif. Elles sont issues de déclarations sociales nominatives.

<sup>2</sup> Parmi les entreprises du spectacle vivant, les entreprises dites "musicales" ayant embauché au moins un artiste de la musique et du chant sur l'ensemble de la période d'observation représentent entre 80% et 90% des effectifs salariés et de la masse salariale du périmètre

Retrouvez l'étude complète

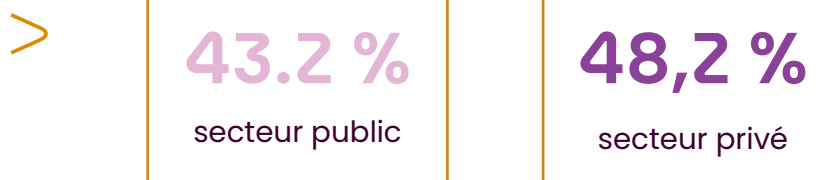


# L'étude en chiffres

## Synthèse

- > **26 975 entreprises**  
Le secteur de la musique et du spectacle vivant regroupe près de 27 000 entreprises en 2023, réparties sur l'ensemble des 4 champs d'activité.

Un grand nombre des effectifs travaillent dans le spectacle dont :



Un grand nombre des effectifs travaillent dans le spectacle dont

- > **40 %** des charges permanents ont moins de 30 ans, avec 2 fois plus de avec 2 fois **plus de femmes que d'hommes** dans la tranche des 20-25 ans (4592 femmes vs 2522 hommes).

- > **2 326 M€**  
Le secteur de la musique et du spectacle vivant en 2023 génère une masse salariale de 2 326 M€, portée par les CDI qui, bien que peu nombreux, représentent une part majeure des rémunérations.

# L'étude en chiffres

> **58 %** des contrats dans l'édition musicale sont permanents, tandis que dans le reste de la filière, la majorité des emplois sont des contrats intermittents.

> **+34 %**  
des entreprises dans la filière comptent entre 11 et 50 salariés permanents dont 58% de femmes

**+32 %**  
des entreprises dans l'édition phonographique comptent plus de 50 salariés permanents dont 53% de femmes

L'Île-de-France est un véritable pôle central de l'industrie musicale

> **30 %**  
des entreprises du secteur de la musique et du spectacle vivant

**8 113**  
structures

**34%**  
de l'effectif salariale du secteur de la musique et du spectacle vivant



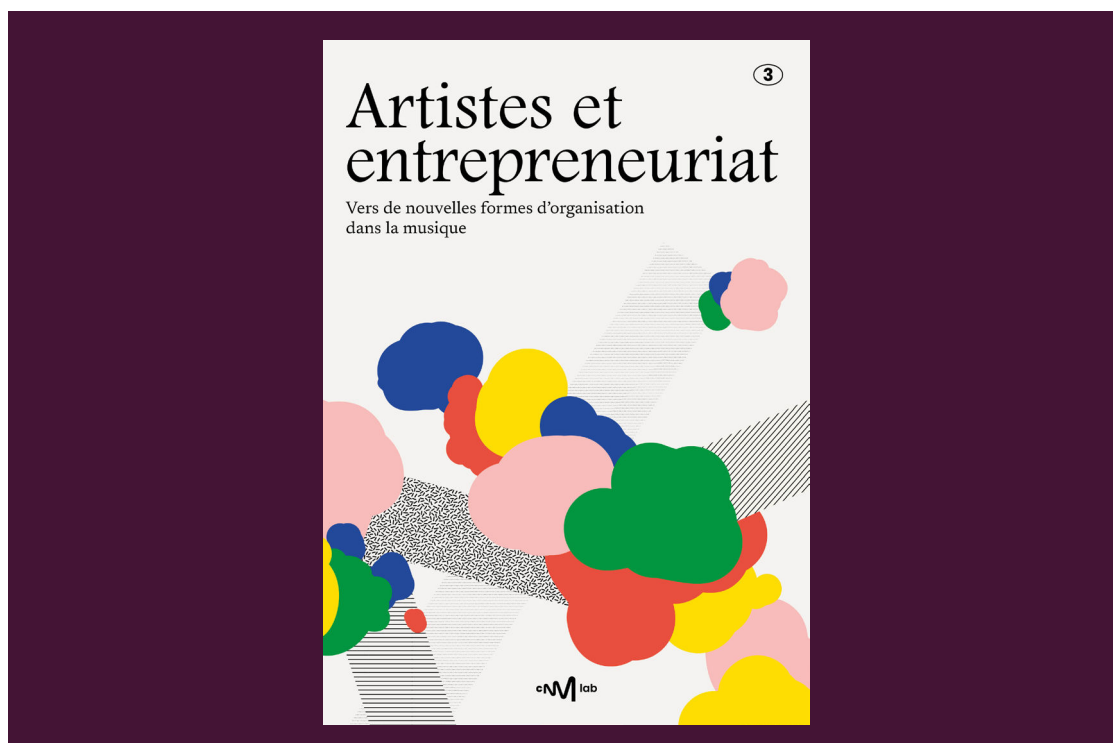
# ARTISTES ET ENTREPRENEURIAT

---

## 02.

**Le Centre national de la musique dévoile *Artistes et entrepreneuriat*, le troisième recueil de son laboratoire d'idées le CNMlab**

Au croisement des mondes académique et professionnel, le troisième recueil du CNMlab explore les nouveaux modes d'organisation dans la musique, centrés sur les artistes. Il est rendu public ce jeudi 17 octobre, dans le cadre des rencontres du MaMA à Paris.



## Artistes et entrepreneuriat

### Vers de nouvelles formes d'organisation dans la musique

Au croisement des mondes académique et professionnel, le troisième recueil du CNMlab explore les nouveaux modes d'organisation dans la musique, centrés sur les artistes. Il est rendu public ce jeudi 17 octobre, dans le cadre des rencontres du MaMA à Paris.

Les nouveaux usages numériques, des réseaux sociaux aux outils de management de projets, ont esquissé l'avènement d'une « ère des artistes » émancipés des intermédiations traditionnelles de l'industrie musicale. Mais cette promesse s'est heurtée aux conséquences d'une pandémie mondiale, ainsi qu'à l'évolution des pratiques professionnelles et des usages par les publics.

Le recueil *Artistes et entrepreneuriat* explore ces enjeux et met en évidence la position actuelle des artistes **au cœur de la concurrence pour l'attention des publics** et occupant une **place croissante dans l'organisation économique, juridique et sociale de leur activité**.

A partir de ce recentrage de la chaîne de valeur autour des artistes et, à travers huit contributions académiques et cinq entretiens d'artistes (A'Salfo, Karine Deshayes, Fianso, Zaho de Sagazan, Rebeka Warrior), le recueil tente de définir et d'étudier les réalités multiples de l'entrepreneuriat des artistes. Il invite ainsi à se questionner sur les opportunités, les impacts, la durabilité et les risques de ces modèles de structuration des artistes. **Plus largement, le recueil *Artistes et entrepreneuriat* remet en question le mythe de l'artiste seul et multitâche.**

## LES CONTRIBUTIONS :

En ouverture, **Anna Lenoir** et **Albéric Tellier** montrent comment l'évolution des technologies vers le numérique a conduit à une reconfiguration de la chaîne de valeur de l'industrie et la nécessité pour les nouveaux artistes de développer des compétences entrepreneuriales. Face à ce constat partagé, de fortes disparités existent entre les artistes et leurs modes d'organisation. **Tarik Chakor** met en évidence la pluralité des motivations des artistes émergents à entreprendre dans le rap. **Richard Osborne** traite, quant à lui, des asymétries de genre qui affectent les artistes féminines dans leur cheminement vers l'indépendance. **Manuel Roux** étudie la scène punk, jusqu'alors souvent à l'écart des circuits marchands, qui doit de plus en plus s'adapter aux réalités des plateformes de streaming et réinterroger par conséquent son indépendance artistique. Pour **Arnaud Jooris**, les plateformes comme YouTube sont à l'origine de nouvelles formes de créativité, valorisées par une rhétorique positionnant l'artiste comme l'entrepreneur de sa visibilité. **Marc Perrenoud**, quant à lui, confronte les discours romantisant l'entrepreneuriat avec certaines réalités précaires de musiciennes et musiciens. De manière plus générale, **Alix Bénistant** et **Jérémy Vachet** mettent en évidence les risques psychosociaux du *do it yourself*. Le chapitre final de **Jeremy Morris** s'intéresse aux conditions de travail des artistes dans le métavers.

## LES ENTRETIENS D'ARTISTES :

En complément, cinq entretiens approfondis avec de grands artistes jalonnent le recueil et enrichissent la réflexion. Le panel regroupe des personnalités de scènes musicales variées et à différents stades de développement : **Zaho de Sagazan**, artiste en plein essor, révélation de l'année; **Fianso**, rappeur, comédien et homme d'affaires; **Rebeka Warrior**, autrice, compositrice, interprète et DJ; **Karine Deshayes**, chanteuse lyrique de renommée mondiale; et enfin, **A'Salfo**, leader de Magic System et moteur de la trajectoire du groupe. Ces artistes témoignent avec recul de leur parcours dans la musique, de leur vision de l'artiste entrepreneur et des choix de structuration et d'organisation qui ont guidé leur carrière. Ils livrent des perspectives passionnantes sur les évolutions de leur métier.

Ouvrage disponible à la commande,  
et consultable intégralement sur le site



# RÉSUMÉ DES CONTRIBUTIONS

Ce 3<sup>e</sup> recueil du CNMLab aborde les enjeux de l'émergence d'une figure de l'*artiste-entrepreneur*. À travers 8 articles et 5 entretiens, il invite à se questionner sur les opportunités, les impacts, la durabilité et les risques associés aux nouveaux modèles de structuration des artistes et de leurs carrières.



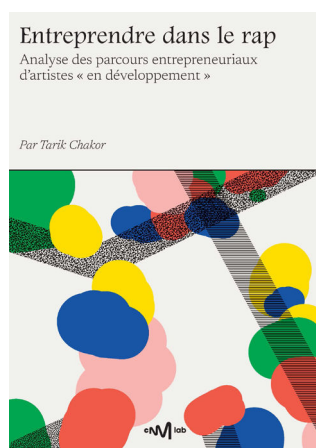
## L'AVÈNEMENT DE L'ARTISTE ENTREPRENEUR DANS LA MUSIQUE – FACTEURS EXPLICATIFS ET CONDITIONS DE RÉUSSITE

par Anna Lenoir et Albéric Tellier

Ce premier chapitre montre tout d'abord que les **possibilités technologiques** offertes aux acteurs et actrices de la musique, associées à une **reconfiguration des activités assurées par les maisons de disque** expliquent pourquoi l'artiste doit désormais gérer simultanément les facettes artistique et économique de la production de ses oeuvres.

En conséquence, les artistes doivent **développer différentes compétences entrepreneuriales** : (1) pouvoir proposer un concept artistique attrayant, (2) savoir bâtir un réseau de partenaires, (3) savoir toucher et impliquer sa communauté, particulièrement sur les réseaux sociaux, (4) élaborer une stratégie marketing et (5) savoir se produire sur scène pour être découvert.

*Anna Lenoir est productrice exécutive pour plusieurs artistes. Albéric Tellier est professeur de gestion à l'université Paris-Dauphine-PSL.*



## ENTREPRENDRE DANS LE RAP – ANALYSE DES PARCOURS ENTREPRENEURIAUX D'ARTISTES "EN DÉVELOPPEMENT"

par Tarik Chakor

Comment les artistes rap entreprennent-ils dans le contexte de l'industrie musicale actuelle ? Ces parcours sont animés, d'une part par **leur passion pour la musique** et, d'autre part, par une triple nécessité : nécessité d'ordre **psychologique** (besoin de libération de soi, besoin de reconnaissance), d'ordre **artistique** (besoin d'exprimer des revendications, besoin d'expression artistique) et d'ordre **économique**.

Ce parcours entrepreneurial est semé d'embûches. Les artistes se heurtent à la difficulté d'être visibles, notamment face à l'abondance de l'offre numérique, mais aussi à leur **manque de connexion** avec le réseau professionnel, leur **manque de connaissance « administrative »** et de **moyens financiers**. Dans ce contexte, l'accompagnement et l'entourage des artistes, tant professionnel qu'extra-professionnel, jouent un rôle déterminant sur les plans artistiques et stratégiques.

*Tarik Chakor est maître de conférences en sciences de gestion à Aix-Marseille Université.*



## “SE RÉINVENTER” – LA ROMANTISATION D’UNE INJONCTION NÉOLIBÉRALE À L’ADRESSE DES MUSICIENS EN TEMPS DE COVID

par Marc Perrenoud

Ce chapitre revient sur les injonctions à « se réinventer » auxquelles ont été soumis les artistes du spectacle, notamment dans la musique, en Suisse et en France, pendant la pandémie. L’auteur rappelle la nature néolibérale de ces injonctions, et leur réception très différente suivant la diversité des situations vécues par les artistes, selon leur statut social et familial, et leur capacité à disposer d’un soutien économique dans leur activité.

Le facteur déterminant pour traverser la crise dans la plupart des cas a été la présence d’un soutien de la puissance publique. La « réinvention de soi » dans l’entrepreneuriat créatif, notamment à travers des solutions numériques, n’a finalement constitué qu’une solution très marginale pour répondre aux difficultés vécues par les artistes pendant la pandémie.

Marc Perrenoud est sociologue à l’université de Lausanne.



## LA SCÈNE PUNK DIY, UN ENTREPRENEURIAT COMMUNAUTAIRE SUR PLATEFORME ?

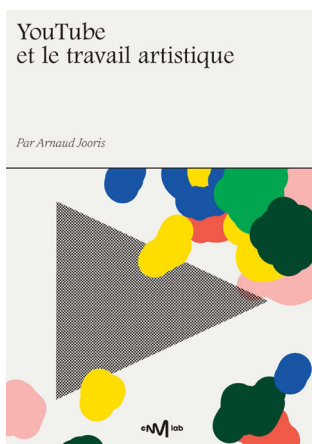
par Manuel Roux

Pour la scène punk française, le DIY (« do it yourself », en français « fais-le toi-même ») et l’organisation communautaire permettraient l’autonomisation de la scène tout en contrecarrant le pouvoir de l’industrie musicale et de l’État.

Mais beaucoup d’artistes punk s’inscrivent pourtant dans le paysage de l’industrie musicale à travers leur pratique du live et des tournées, ainsi que par la mise en ligne des oeuvres punk sur des plateformes de streaming payantes, renforçant ainsi un paradoxe vis-à-vis de leur identité artistique. La scène punk DIY n’est pas coupée des réalités sociales et administratives et s’avère dépendante des lieux, associatifs, privés ou subventionnés.

Le chapitre montre comment la scène punk DIY se structure de façon originale, suivant une coordination organisée par projets et en réseau. L’auteur souligne la tension entre deux logiques contradictoires pour ces artistes, entre une forme d’indépendance en opposition à une logique de starification et de bénéfice économique, et l’inscription dans un paysage dépendant des contraintes matérielles imposées par l’industrie musicale.

Manuel Roux est sociologue à l’université de Bordeaux.



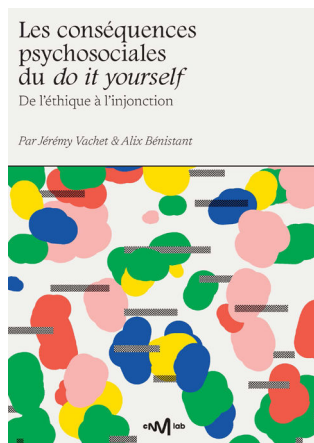
## YOUTUBE ET LE TRAVAIL ARTISTIQUE

par Arnaud Jooris

Ce travail explore la place de YouTube dans les transformations en cours du métier d’artiste. Il analyse comment YouTube présente aux artistes le format Shorts et l’outil Analytics for artists. Avec le développement des plateformes, ces derniers doivent désormais gérer leur visibilité et leur « capital réputationnel ».

Si les formats courts sont pensés pour favoriser l’interaction avec leur communauté, l’usage des données est présenté comme une manière pour les artistes d’affiner leur stratégie de contenu en tirant profit de la connaissance de leur audience. L’auteur rappelle que si ces logiques étaient déjà présentes dans l’industrie musicale au niveau des maisons de disque, elles sont désormais intégrées par les artistes. Ce phénomène fait évoluer le métier d’artiste et tend à l’individualiser et l’autonomiser, au bénéfice de l’industrie musicale.

Arnaud Jooris est doctorant en sciences de l’information et de la communication à l’université Sorbonne-Paris Nord.



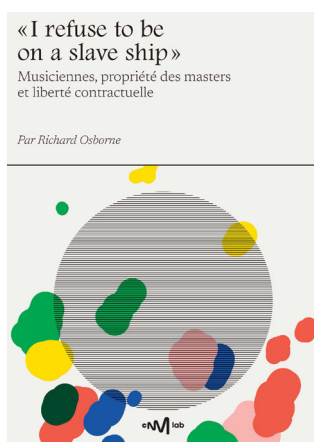
## LES CONSÉQUENCES PSYCHOSOCIALES DU DIY — DE L'ÉTHIQUE À L'INJONCTION

par Jérémie Vachet et Alix Bénistant

L'*autoproduction*, les nouvelles formes de *do it yourself* et l'autonomisation des artistes qui en découlent conduisent à de nouvelles problématiques. Ce chapitre examine en particulier les **conséquences psychosociales** de ce mode d'organisation et de production, qui induit notamment d'assumer les **risques financiers**. L'espace domestique est à la fois un lieu de vie, de passion et de travail, où se conjuguent les difficultés liées à la **précarité dans l'accès au logement** et à des **conditions de travail professionnelles**.

Dans cette logique d'autoproduction, les artistes acquièrent une **multiplicité de compétences**, mais cela implique un temps conséquent passé à se former, **potentiellement au détriment de l'activité créative**. La multiplication des projets engendre du **surmenage**, une tendance à la perte de confiance en soi et un risque de **perte de confiance dans l'environnement social**, toute relation étant susceptible d'être perçue sous le prisme professionnel. Ces différents facteurs, souvent invisibilisés, constituent des défis collectifs à surmonter, au bénéfice des musiciennes et des musiciens.

*Jérémie Vachet est enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication à Audencia Nantes. Alix Bénistant est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université Sorbonne Paris-Nord.*

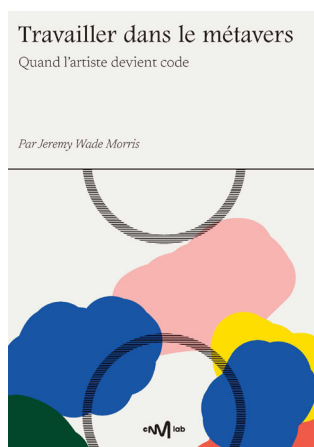


## “I REFUSE TO BE ON A SLAVE SHIP” — MUSICIENNES, PROPRIÉTÉ DES MASTERS ET LIBERTÉ CONTRACTUELLE

par Richard Osborne

Ce chapitre porte sur l'évolution des droits sur les enregistrements sonores au sein de l'industrie du disque britannique. La législation en a remis la propriété aux maisons de disques, mais les artistes-interprètes parviennent de plus en plus souvent à l'obtenir. Ce faisant, ils ont droit à des commissions plus élevées sur les recettes de ventes de disques et gagnent plus de contrôle sur leur oeuvre. Les musiciennes et musiciens peuvent tirer profit d'un positionnement en amont ou en aval des différents types de contrats d'artiste qu'ils signent, en profitant si nécessaire du soutien des maisons de disques et **en se montrant plus entrepreneuriaux**. Toutefois, l'auteur démontre que **ces stratégies ont une dimension genrée défavorable aux musiciennes**, qui rencontrent davantage de difficultés à **être reconnues comme entrepreneuses et à s'émanciper au cours de leur carrière**. Le passage d'un type de contrat à l'autre ou la capacité des musiciennes à obtenir la propriété des droits sur leurs masters s'en trouve affectée.

*Richard Osborne est associate professor de musiques et industries créatives à l'université du Middlesex en Angleterre.*



## L'ARTISTE EN TANT QUE CODE : TRAVAIL DE LA MUSIQUE ET MÉTAVERS

par Jeremy Wade Morris

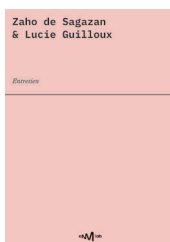
Ce dernier chapitre examine le métavers comme nouvel outil pour les artistes et les acteurs de l'industrie, à travers la création de concerts virtuels et d'artistes générés par IA qui existent en tant qu'avatars sur les médias sociaux. Le chapitre montre que ce concept de métavers sert finalement « d'emballage » à des pratiques relativement courantes dans l'industrie musicale.

Ces expériences constituent cependant de nouvelles opportunités pour les acteurs de l'industrie musicale en matière d'exploitation, d'investissement et de spéculation dans les espaces et mondes numériques, virtuels et augmentés. Enfin, ces projets ont un impact sur les conditions de travail et l'investissement des acteurs dans la gestion de leur communauté virtuelle.

*Jeremy Wade Morris est professeur d'études culturelles et de sociologie des médias à l'université de Wisconsin-Madison.*

# ENTRETIENS D'ARTISTES

Le recueil contient également cinq entretiens d'artistes : A'Salfo, Fianso, Karine Deshayes, Rebeka Warrior et Zaho de Sagazan & Lucie Guilloux. Ces artistes témoignent avec recul de leur parcours dans la musique, de leur vision de l'entrepreneuriat et des choix de structuration et d'organisation qui ont guidé leur carrière. Les entretiens illustrent la tension entre désir d'indépendance et capacité à assumer des rôles supplémentaires. Les artistes interviewés relèvent différents enjeux traités au sein du livre, de la nécessaire implication de leur entourage aux difficultés des musiciennes dans leur parcours entrepreneurial, en passant par l'importance de comprendre l'industrie et à mettre en oeuvre des stratégies pour émerger.



## ZAHO DE SAGAZAN ET LUCIE GUILLOUX (MANAGER)

« Le choix de cette structuration-là, c'est à la portée de tout le monde. Mais ce qui n'est pas à la portée de tout le monde, c'est de prendre les bonnes décisions, de réussir à s'entourer correctement. »

« C'est forcément une aventure collective, parce qu'il y a trop de travail et parce que le choix de l'indépendance, c'est de ne pas faire partie d'un label dans lequel les salariés changent de projet en cas de changement d'échelle. »



## FIANSO

« Moi, j'aime ce truc de fabriquer, l'humilité que cela impose : à partir de rien tu dois fabriquer un objet et en faire quelque chose. »

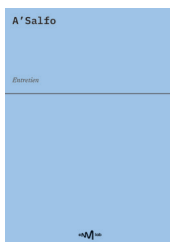
« Nous, les indépendants, notre dénominateur commun c'est l'instinct de survie. »



## REBEKA WARRIOR

« Plus je comprends le système dans lequel je vis, plus je fais les choses à 360°, et plus c'est satisfaisant et rapide de créer. »

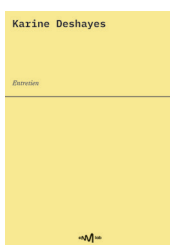
« Je n'ai pas changé de système : c'est parti du DIY et ça l'est encore. C'est juste que, l'expérience pesant, nous avons tous et toutes progressé énormément, nous avons tous et toutes appris. Du coup, le DIY est devenu professionnel. »



## A'SALFO

« Je m'inscris dans cette catégorie de l'artiste entrepreneur qui vient changer les choses. Je suis un artiste engagé avant même d'être un entrepreneur culturel. »

« L'artiste de demain doit être celui qui a tout son écosystème à portée, celui qui prend une décision. »



## KARINE DESHAYES

« On doit vraiment se prendre en main de plus en plus, c'est une réalité. C'est vrai que, quand on pense aux anciennes chanteuses, la Callas ou Régine Crespin, elles avaient une secrétaire, un assistant à leurs côtés pour les aider, pour l'emploi du temps, etc. Nous, on doit être beaucoup plus autonomes. »

« On est dans une situation où ceux qui nous soutiennent parmi les politiques, c'est la vieille génération, ils ont plus de 70 ans. On aimerait que la jeune génération nous soutienne davantage. »

