

Streaming, scène, promo de marques... De quoi vivent les musiciens français ?

- [Laurent Rigoulet](#)

- Publié le 10/04/2019.

Les albums ne se vendent plus, les revenus du streaming sont dérisoires. Pour vivre, les chanteurs doivent enchaîner les tournées. Ou placer leurs chansons dans des séries, faire de la promo dans leurs clips, voire s'associer à des marques de luxe.

On l'avait accompagné sur la route à l'époque de son neuvième album, *Ici-bas, ici même*. Des centaines de kilomètres en minibus, la France en long, en large, en travers. On le retrouve sur la route. De passage à Paris, avant Lille et la Belgique, où il dévoile les morceaux du onzième opus, le bien nommé *Les Rescapés*. On pourrait dire que [Christophe Miossec](#) n'en finit plus de retrouver l'énergie de ses débuts. La belle époque, à l'orée des années 90, où il parcourait le Grand Ouest en tous sens, pensant qu'on pouvait faire sa vie dans la musique rien qu'en alignant les représentations sur ses terres de Bretagne, dans le réseau finement maillé des cafés-concerts. Il chantait parfois, ou bien portait le matériel pour d'autres groupes. Ses amis vivaient comme ça, intermittents du spectacle, souvent très intermittents. « *J'étais nourri, logé. Je n'avais pas d'appartement, j'étais bien, j'avais ce fantasme d'une existence à la Kerouac. Mon barème, ça a toujours été le smic, le salaire de base des journalistes d'Ouest France, où j'avais travaillé. Celui de mon père, qui était sapeur-pompier. Je n'étais pas porté par un rêve d'euphorie économique, mais par celui de ne plus avoir à travailler dans un bureau. Je ne pensais pas au lendemain, je pensais faire une incursion dans la musique, je profitais du moment. Je ne pensais pas que ça pouvait durer.* »

Les droits d'auteurs s'étiolent

On connaît à peu près la suite. Une avance de 60 000 francs (10 000 euros aujourd'hui) pour son premier album en 1995, *Boire*, qui devient disque d'or, avec plus de cent mille exemplaires écoulés. Les droits d'auteur, les cachets à la hausse, les enregistrements qui se succèdent, quasiment sans temps mort, le pactole des chansons écrites pour Johnny ou Jane Birkin. Une place de rêve dans le paysage de la chanson française. Il en a bien vécu. Et aujourd'hui, dit-il, c'est « *la décroissance absolue* ».

Quand Miossec est entré dans le métier, on parlait de crise du disque, mais c'était un nuage noir qui s'approchait toujours plus. Il est là et bien là aujourd'hui. Les albums ne se vendent plus ou presque. Entre dix mille et vingt mille pour des artistes de son calibre, c'est-à-dire entre 10 000 et 20 000 euros de revenus. Les droits d'auteurs s'étiolent. A l'exception de France Inter (« *s'ils arrêtent, je suis mort* »), les radios n'ont plus l'oreille à la chanson française actuelle. Les habitudes changent. Selon une étude de l'Adami, pour qu'un auteur-compositeur gagne 100 euros, il faut que sa chanson passe quatorze fois à la radio, qu'elle soit écoutée 250 000 fois en streaming payant ou un million de fois en streaming gratuit. « *Qui va écouter On meurt cent fois de suite ?* » s'interroge Miossec. Le métier de parolier s'assèche. Pour quel monstre sacré peut-on encore écrire ? « *On revient finalement à une situation plus normale. Presque plus saine. A l'époque je me disais que les sommes gagnées par les paroliers étaient extravagantes. Pour deux pages de texte ! Quand tant d'écrivains peinent à vivre de leur plume ! Pas étonnant qu'ils défendent leur territoire...* » Tout part en fumée. Restent les concerts pour gagner sa vie. Aller au charbon.

“L'artiste qui ne fait pas de scène est condamné à envisager la musique comme un hobby”, Alan Gac, manager

« *Le métier est bouleversé par le streaming et les nouveaux modes de consommation*, dit Alan Gac, manager de Philippe Katerine, producteur de Bertrand Belin et de Dominique A, directeur du label Cinq/7. *Un adolescent pourra écouter plusieurs dizaines de fois une même chanson dans sa journée, alors qu'un amateur de chanson ou de pop française qui a 35 ans, un métier, une famille n'aura guère le temps de se passer plus de trois fois le nouvel album de Bertrand Belin pendant sa semaine.* » Pour un titre consommé un millier de fois en streaming gratuit, un artiste touche 1 euro s'il a un très bon contrat. Les chiffres sont tellement dérisoires qu'Alan Gac se refuse à les étudier au jour le jour. « *Trop déprimant !* » Pour les artistes chanteurs qu'il défend depuis des années, il ne s'intéresse qu'à la présence de leur catalogue sur les plateformes. Dominique A doit totaliser neuf millions d'écoutes pour l'ensemble de ses titres sur une année. Un chiffre que peut atteindre un groupe de rap comme PNL avec un seul morceau en quelques jours !

« *Le métier est en pleine mutation*, dit Gac. *Les jeunes consomment la musique sur leur téléphone et les artistes rap leur parlent avec une immédiateté du texte qui va de pair avec celle de la consommation.* » Il faut une énergie et des idées folles pour se consacrer à l'éclosion des jeunes

talents. *« Soit on laisse tomber la pop et la chanson pour signer des artistes de rap, comme ont tendance à le faire les grosses maisons de disques, soit on s'adapte à la nouvelle donne en intégrant de nouveaux paramètres, le spectacle surtout, à notre activité de producteur de disques. »* Comme beaucoup, Alan Gac paraphe maintenant des contrats dits à 360 degrés, où il n'apparaît plus simplement comme producteur de disques, voire éditeur de chansons, mais où il participe au développement de l'artiste sur scène. Fort de l'intérêt suscité par son dernier album, *Persona*, Bertrand Belin jouera bientôt dans un Olympia qui affiche complet depuis un mois et demi, avant de se produire ensuite devant près de mille personnes dans plusieurs salles de province. *« Le spectacle vivant se porte plutôt bien, dit Alan Gac. Il permet encore aux artistes de conduire leur carrière, même s'il ne compense pas l'effondrement des ventes de disques. Mais celui qui ne fait pas de scène est condamné à envisager la musique comme un hobby. »*

Dans un café des Abbesses, à Paris, on rencontre un artiste de la nouvelle école, Pierre Guénard, chanteur de Radio Elvis, dont le premier album a été consacré dans la catégorie « révélation » des Victoires de la musique en 2017. Son talent, il l'a forgé sur scène depuis les tout premiers jours. Vers Poitiers d'abord, où il multipliait les petits boulots, dans la restauration rapide, chez les pompiers ou dans les pompes funèbres pour pouvoir chanter et croire à sa bonne étoile. *« Quand je suis monté à Paris, dans les années 2000, c'était l'avènement de Deezer et de YouTube, notre génération devait éclore dans l'entre-deux. Le disque n'était plus une valeur sûre, l'ancien modèle était obsolète et tout semblait à inventer. »* Il s'est formé à l'ancienne, travaillant comme ouvrier dans les cirques et chantant dans les bars, au « chapeau », recevant des bières gratuites, 50 euros par-ci, par-là. La vache enragée, telle que l'ont connue bien des monstres de la chanson française, une compétition de plus en plus rude aux perspectives de plus en plus floues.

“Dans le monde de la musique, il y a quelques nantis, beaucoup de très pauvres et une classe moyenne, dont nous sommes, qui survit comme elle peut”, Pierre Guénard, chanteur de Radio Elvis

Son groupe s'est imposé à la dure, en participant à nombre de tremplins et en en gagnant beaucoup. Les concerts en entraînaient d'autres. Une vie excitante mais modeste. Des potes étaient affairés au remplissage des salles pour accélérer la rumeur. Une dizaine de représentations par mois. Huit cents euros pour vivre en moyenne, le RSA. Un CD autoproduit pour draguer les directeurs artistiques. La rencontre avec une marque a donné le premier coup de pouce. Saint Laurent, alors sous la houlette du créateur Hedi Slimane, a repéré le groupe, l'a embarqué à Los Angeles pour en faire une égérie rock. Un contrat forfaitaire, *« équivalant à mon revenu annuel »*, partagé avec ses deux compères. *« La marque y voyait un gain pour son image et ça nous a aidés à nous faire remarquer. On a tourné un clip à la Warhol, influencé par des bouts d'essai de Lou Reed. On a soigné notre look. »* De fil en aiguille, habillés en jeunes gens chics, les Radio Elvis ont affiné leur présence et fini par

décrocher un premier contrat discographique. Taillé pour l'époque, avec un label intéressé à leur carrière scénique et à l'éventuelle exploitation de leur musique sur différents supports : l'association avec les marques, les spots publicitaires, les films, les séries, les génériques radio...

« Dans les années 60, l'euphorie des ventes de disques permettait de s'affranchir des autres demandes. C'est différent aujourd'hui. Le monde de la musique est à l'image de la société, il y a quelques nantis, beaucoup de très pauvres et une classe moyenne, dont nous sommes, qui survit comme elle peut, en cherchant des débouchés. » Ils donnent des concerts privés. Ont accepté de le faire pour Deezer, par exemple. Ont refusé certaines marques. *« Il faut choisir avec soin. Faire la publicité de voitures nous semblerait, par exemple, absurde dans le contexte du débat climatique. »* La publicité n'est plus taboue depuis longtemps. A l'époque du succès de *Robots après tout* et de *Louxor j'adore*, Katerine était demandé partout. Par du fromage comme par une chaîne de décoration discount. *« C'est un marché important, dit Alan Gac, qui peut aider à l'exposition et à la découverte des artistes. Comme le placement des chansons dans les séries. On entend, par exemple, Bertrand Belin dans la nouvelle saison de Killing Eve. Les maisons de disques ont toutes des départements consacrés à la recherche de ces opportunités, mais les publicitaires sont, avant tout, attirés par la lumière. Des artistes comme Dominique A, Bertrand Belin ou Miossec les intéressent peu, d'autant moins que ces derniers y sont réticents, ça ne fait pas partie de leur culture. »*

La contrainte oblige à inventer toujours de nouvelles voies

Ce sont plutôt les seigneurs de la nouvelle variété qui se partagent l'essentiel des revenus, comme la chanteuse **Vitaa**, dont le morceau *Comme dab*, écrit par **Stromae**, a battu un record : sept produits placés dans le même clip, où elle boit du thé X, mange des bonbons Y, une gélule Z, s'enduit de crème machin... Sur ce terrain encore, les rappeurs sont en pointe. A l'image de leurs pairs américains, totalement décomplexés. **Oxmo Puccino** écrit pour une marque de voiture, **Bigflo** et **Oli** sont associés à un déodorant et à une boisson énergisante, **Lomèpal** prête sa jeune renommée à une chaîne hôtelière, **Akhenaton** compose un morceau pour une boisson gazeuse et **Soprano** vend des téléphones **Wiko**. Entre autres...

« Ce marketing de la chanson est un leurre, dit David Babin, qui mène habilement sa barque d'artiste-chanteur sous le nom de Babx. Il ne concerne que quelques artistes, qui auront peut-être disparu après deux succès. Le monde du disque est à l'image de notre époque, la fin du XXe siècle et le début du XXIe ont été des périodes de grande expansion, où la logique industrielle dominait tout, mais aujourd'hui, ça s'assèche. Pour exister vraiment, on revient à des modèles plus raisonnés, chez les chanteurs comme chez les

agriculteurs. On ne peut pas faire n'importe quoi et courir sa vie entière derrière un gros succès qui ne vient jamais. »

Depuis ses débuts, Babx ne vise qu'à étendre sa pratique. Et croit dur comme fer que les chanteurs doivent se diversifier pour tenir. Il produit d'autres artistes, tels L ou *Camélia Jordana*, qu'il accompagne aussi en tournée. Il se vit comme musicien autant que comme chanteur et a choisi de fonder son propre label, *BisonBison*, pour contrôler lui-même son économie et rendre son activité de musicien pérenne. *« J'ai bientôt 40 ans et un enfant en bas âge, j'essaie de passer d'un projet à l'autre, d'avoir plusieurs casquettes pour ne pas dépendre du seul succès de mes chansons et réussir à durer sans être à la merci d'un échec potentiel. »* La contrainte est fertile. Elle oblige à inventer toujours de nouvelles voies. Pour accompagner son dernier album, qui paraîtra à l'automne, il a réalisé un moyen métrage de fiction. Et la musique d'un spectacle de danse qui sera montré à Avignon. Penser à la carrière revient à en imaginer plusieurs et à savoir réfléchir. La cigale ayant chanté tout l'été...