

LES DEPENSES DES MUSICIENS DE MUSIQUES ACTUELLES ELEMENTS D'ENQUETES REALISEES EN PAYS-DE-LOIRE ET POITOU- CHARENTES

GEROME GUIBERT, TREMPOLINO ; XAVIER MIGEOT, PRMA POITOU-CHARENTES

Les musiques actuelles (musiques amplifiées, jazz, chanson et musiques traditionnelles) représentent une expression culturelle dont les enjeux pour les musiciens sont complexes : artistique, affectif, social, mais aussi économique. La compréhension de ces enjeux nécessite de compléter les travaux sociologiques et musicologiques par des enquêtes qui prennent en compte la dimension économique de ces musiques en terme d'achats de biens et de services, d'emplois... et d'étudier les effets d'un point de vue de construction de politiques publiques.

Actuellement, peu de données précises existent sur ce champ des musiques actuelles. Les seuls éléments d'appréciation disponibles sont issus de simulations réalisées à partir d'extrapolations. Ainsi, les dernières données font l'hypothèse d'une économie nationale de 2,56 milliards de francs reposant sur les investissements en matériel instrumental (et chaîne d'amplification) de 150.000 musiciens et sur les locations de studios de répétition.

Il apparaissait donc important qu'une étude plus précise permette de mieux délimiter le fonctionnement économique de ce secteur. Pour cela, les acteurs des musiques actuelles des régions Pays-de-Loire et Poitou-Charentes se sont rapprochés afin de réaliser un travail d'étude reposant sur deux volets : les dépenses des musiciens d'une part et, le fonctionnement d'équipements et d'associations dédiés aux musiques actuelles d'autre part. Ce sont les résultats du premier volet qui sont ici présentés. Son objectif particulier est d'identifier et de décrire l'ensemble des dépenses des musiciens en distinguant celles relevant de l'investissement individuel et collectif, de celles du fonctionnement du groupe.

Le premier constat est que les musiciens consacrent de très fortes sommes pour pratiquer leur musique, et ce quel que soit leur degré de professionnalisation : les 208 musiciens et 58 groupes représentent 4,2 millions de francs d'achat de matériel et plus de 11 millions de francs de fonctionnement (de la répétition à l'enregistrement en passant par les concerts). Cet investissement individuel et collectif infirme le caractère éphémère de ces pratiques si souvent renvoyé aux musiciens. Il traduit aussi un nombre d'acteurs important (du luthier au directeur d'équipement, du tourneur au régisseur de studio de répétition ...) signalant un impact économique direct et indirect qui est loin d'être négligeable.

Mais, de fortes disparités existent suivant l'étape dans laquelle évolue le musicien ou le groupe. L'étape charnière, celle des groupes intermédiaires, traduit cette complexité en montrant des activités de concerts, d'enregistrement... proches de celles des musiciens professionnels mais une économie proche de celle des amateurs. De par les usages et les normes juridiques en vigueur dans ce secteur, les frontières entre les pratiques de loisir et les pratiques qui se situent dans une logique professionnelle sont plus floues que dans d'autres expressions artistiques comme la musique classique. Ici, les différents équipements de pratiques des musiques actuelles (studios de répétition, d'enregistrement, salles de concerts) sont utilisés par les groupes, quel que soit leur degré de professionnalisation.

208 MUSICIENS, 4,2 MILLIONS DE FRANCS INVESTIS

Les principaux investissements réalisés par les musiciens pour pratiquer leur musique ont été regroupés en quatre postes : les instruments, les éléments de la chaîne d'amplification, les accessoires et le matériel informatique.

Pour trois musiciens sur cinq, l'achat d'instruments représente la principale dépense réalisée pour pouvoir jouer de la musique. Seuls 4 musiciens ne possèdent pas d'instrument ; trois sont des chanteurs dans des groupes de musiques amplifiées et un compose de la musique à partir de machines informatiques dans le cadre d'un groupe de *house music*. En moyenne, l'ensemble des instruments achetés a coûté 14.000 francs par musicien, sachant que l'on observe des montants d'achat allant de 200 francs pour une guitare d'occasion à 291.000 francs pour un piano neuf.

En répartissant les montants d'achat d'instruments par segment de 10.000 francs, nous constatons que trois musiciens sur cinq ont acheté des instruments pour un montant inférieur à 10.000 francs et quatre sur cinq pour un montant inférieur à 20.000 francs.

Les musiciens intermittents ont un parc d'instruments plus onéreux. Il est en moyenne de 25.000 francs dont 32% a coûté moins de 10.000 francs et 62% moins de 20.000 francs. Tant pour les musiciens intermittents que pour ceux qui n'ont pas ce statut, 95% du parc a coûté moins de 20.000 francs. La différence tient à la répartition entre les intermittents dont 72% du parc a coûté entre 10.000 et 20.000 francs et les autres musiciens pour qui cette proportion est de 12%.

Il est évident que ces instruments n'ont pas tous été acquis au même moment. En moyenne, le laps de temps qui s'est écoulé entre l'achat du premier et du dernier instrument est de 4 années (de 1 à 17 ans). Ramené à un investissement moyen par année d'achat, les musiciens ont dépensé 5.900 francs pour l'acquisition de leurs instruments (13.200 francs pour les intermittents et 5.500 pour les autres).

Près de neuf instruments sur dix ont été achetés. Les cadeaux et les prêts ne représentent que 12% des acquisitions (9% pour les cadeaux et 3% pour les prêts). Dans l'ensemble, les instruments ont été acquis neufs (65%), mais il est important de constater que le marché de l'occasion fournit tout de même un tiers des instruments des groupes étudiés.

Parmi les musiciens dont le poste de dépenses principal n'est pas le parc instrumental, on retrouve une proportion plus importante de bassistes et de guitaristes (73% contre 59% pour l'ensemble), pour lesquels la chaîne d'amplification fait partie intégrante de leurs instruments et constitue un poste de dépenses essentiel.

LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES SOCIOLOGIQUES DE L'ECHANTILLON DE MUSICIENS

L'âge moyen est de 25 ans (de 14 à 47 ans ; écart-type = 6,4 ans). On constate une sur-représentation des hommes (96%). Neuf musiciens sur dix déclarent être célibataires et n'ont pas d'enfant. Ces proportions sont évidemment à rapprocher de la moyenne d'âge des musiciens interrogés.

En moyenne, ils ont neuf années de pratique musicale, sachant que la question posée ne permet pas de distinguer le temps de pratique musicale du temps de pratique spécifique de musiques actuelles. L'âge d'entrée moyen dans la musique est de 14 ans.

La situation à l'égard de l'emploi montre que deux musiciens sur cinq sont en cours de formation (collégiens, lycéens et étudiants) et un sur cinq à la recherche d'un emploi. Parmi les musiciens ayant un emploi (deux sur cinq), 33 sont intermittents du spectacle et 11 cherchent à obtenir ce statut.

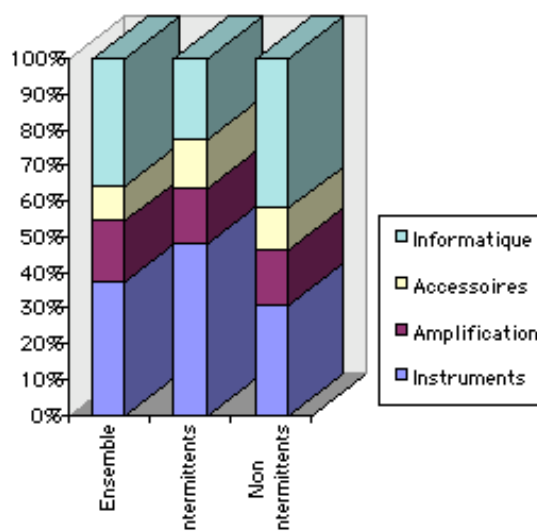
La distinction entre les musiciens ayant le statut d'intermittent du spectacle ou cherchant à le devenir et les autres montre principalement une forte différence d'âge (31 ans pour les premiers contre 23 ans pour les autres). Par voie de conséquence, la proportion de musiciens mariés et/ou ayant des enfants est plus importante. L'âge d'entrée en musique des intermittents est 16 ans, alors qu'il est légèrement moins élevé pour les autres musiciens (14 ans). Ceci est à rapprocher de l'entrée en musique plus précoce des *nouvelles* générations de musiciens, sachant que les intermittents du spectacle font, dans l'ensemble,

partie d'une génération plus *ancienne*.

Enfin, concernant leur activité musicale, plus d'un quart des musiciens joue dans au moins deux groupes, sachant que le *record* est de sept. Dans quatre cas sur cinq, le style musical des différents groupes dans lesquels ils s'expriment est le même. La durée de vie du groupe est en moyenne de 4 ans, sachant qu'il est de 8 ans si l'on considère uniquement les groupes constitués d'intermittents du spectacle. Globalement, chaque groupe a donné 24 concerts durant les douze derniers mois. L'écart est important si l'on distingue les musiciens intermittents (35 concerts) des autres (10 concerts). Douze n'ont pas joué durant cette période.

Les autres investissements réalisés par les groupes concernent essentiellement les éléments de la chaîne d'amplification (ampli, micros, câbles...) et les accessoires (accordeurs, pieds de micro, housses d'instruments...). Cent cinquante musiciens déclarent avoir investi dans des éléments de la chaîne d'amplification, soit 72% des musiciens interrogés. L'investissement moyen est de 5.800 francs, sachant que 28 musiciens ont dépensé plus de 10.000 francs.

Un musicien sur cinq de notre échantillon, soit 42 musiciens, a déjà acquis du matériel d'informatique musicale, sachant que ce terme regroupe tant des échantillonneurs, des boîtes à rythmes, que des ordinateurs et des logiciels de musique assistée par ordinateurs. Cette proportion est loin d'être négligeable, d'autant plus que seuls 9 musiciens qui déclarent *utiliser* cette machinerie sont intégrés dans des groupes utilisant principalement l'informatique comme base de leur jeu musical (hip-hop, *house music*, musique latino-jamaïcaine et techno). L'investissement moyen est de 13.000 francs, sachant que pour ces neuf musiciens, il est sensiblement plus important (19.300 francs contre 12.900 francs pour les autres musiciens). En répartissant ces dépenses, le coût moyen d'un ordinateur est de 8.600 francs, des logiciels de 1.500 francs, des échantillonneurs de 3.600 francs et des boîtes à rythmes de 1.400 francs.



sources : Tremolino, PRMA Poitou-Charentes

Au total, les 208 musiciens ont investi plus de 4,2 millions de francs pour obtenir le parc de matériel qu'ils possèdent pour jouer de la musique, que ce soit des instruments, des éléments de la chaîne d'amplification, des accessoires ou du matériel informatique. Ramené à la dépense moyenne par musicien, ce chiffre est de 20.300 francs. Pour les musiciens non intermittents, cet investissement moyen est de 7.400 francs et il est le quintuple pour les musiciens intermittents (36.300 francs).

En prenant en compte le laps de temps qu'il a fallu aux musiciens pour acquérir l'ensemble de leur matériel, l'investissement annuel est de 5.100 francs. Il est de 6.000 francs pour les intermittents et de 1.900 francs pour les autres musiciens.

Le coût moyen d'achat de *petit matériel consommable* utile pour le fonctionnement du matériel instrumental est de 260 francs par mois. Il est de 249 francs pour les musiciens non intermittents et de 330 francs pour les musiciens intermittents. Les musiciens qui ont les plus fortes dépenses sont les guitaristes et bassistes (près de la moitié), les batteurs et les DJ. Pour ces derniers, sont intégrés les achats de disques vinyles qu'ils considèrent comme relevant du fonctionnement de leur parc de matériel musical.

UN MUSICIEN SUR QUATRE A SUIVI UNE FORMATION

Pour 50% des musiciens interrogés, les premiers apprentissages dans la musique se sont faits seuls ou avec des amis, donc hors des structures d'apprentissage. Mais, progressivement, les musiciens s'inscrivent dans des démarches de formation : ainsi un quart des musiciens a suivi une formation individuelle en 1997. Dans 80% des cas, c'était une formation instrumentale ou de solfège (33 musiciens). Les cours de basse, batterie et guitare sont les plus cités. Il est à noter trois stages ponctuels liés à un style musical particulier (jazz et musique tunisienne) ou à une technique particulière (chant). Les sept formations administratives et techniques concernaient soit les techniques de sonorisation soit le management de groupes. Proportionnellement, les musiciens intermittents ont suivi un peu plus de formations que les autres musiciens (27% contre 22%).

Le coût global de ces formations est de 120.000 francs, soit 3.200 francs par formation. En réalité, si l'on exclut les trois formations dont les droits sont les plus élevés (de 14.000 francs à 50.000 francs), ce coût global est de 20.100 francs soit 574 francs par formation. Il serait intéressant d'évaluer le coût réel de ces formations pour les structures de formation qui, l'hypothèse est simple à poser, doit être nettement plus élevé que le coût d'inscription.

Seize formations ont fait l'objet d'une prise en charge, (30%). Les organismes qui ont assuré cette prise en charge sont très divers : du plan départemental d'insertion dans le cadre de bénéficiaires du RMI à l'Afdas, d'écoles de musiques (conservatoire, école nationale de musique...) à une association régionale musique et danse.

Les musiciens qui ont suivi une formation artistique ont une moyenne d'âge plus faible (22 ans contre 24 ans). Cette différence est à rapprocher d'autres études ayant mis en évidence une double évolution : la volonté plus affirmée des jeunes musiciens à suivre des cursus de formation pour les musiques actuelles et l'offre plus grande de formations adaptées aux musiques actuelles.

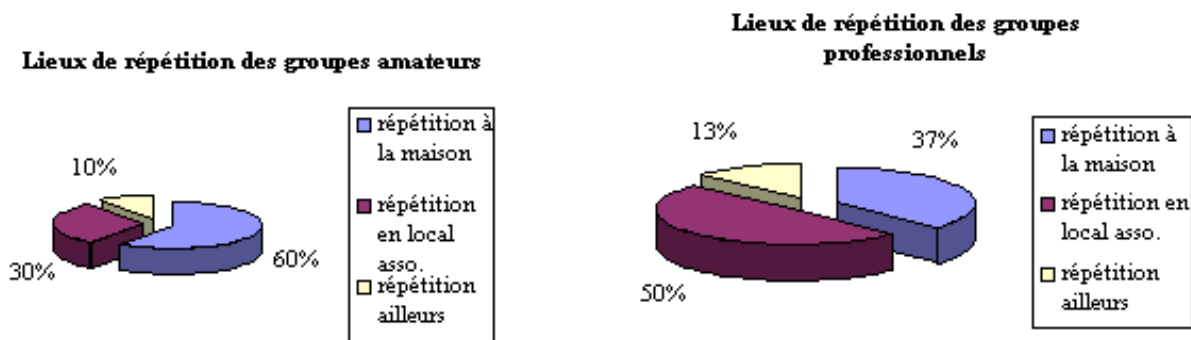
LE FONCTIONNEMENT DES GROUPES

A partir de l'analyse de différents paramètres objectifs, les groupes ont pu être répartis en trois principales catégories (amateurs, intermédiaires et professionnels) et, de façon plus fine, en cinq profils types : les amateurs jeunes, les amateurs vétérans, les intermédiaires, les professionnels intermédiaires et les professionnels majors. Cette typologie n'est pas constituée à partir de la vision que les groupes ont d'eux-mêmes. Elle a été construite pour l'étude afin d'exposer des résultats concrets. Elle est fondée sur des variables socio-économiques. Elle apparaît *a posteriori* être pertinente car elle a permis de constituer des types de profils proches de ceux observés.

Globalement, les dépenses de fonctionnement engagées par les groupes sont très importantes (9,7 millions de francs). Avec une moyenne de 4 musiciens par groupe (de 1 à 8) et des postes de dépenses aussi différents que la répétition, l'enregistrement, la logistique des concerts..., ce sont plusieurs activités qui sont concernées. De plus, le fonctionnement n'est pas uniquement *consommatoire*, les groupes pouvant retirer des ressources de leurs activités musicales.

LA REPETITION

La moitié des groupes de l'échantillon répète chez eux (dans une maison, un garage, une grange...). Pour le reste, une grande partie répète dans un 'local associatif dédié aux musiques actuelles' (Tremolino à Nantes, Le Confort moderne à Poitiers, La Cerclère à Angers, West rock à Cognac...) ou dans un centre socioculturel spécialement aménagé. Enfin, une faible proportion de musiciens interrogés répète dans des locaux associatifs non spécialisés, tels que des Foyers de jeunes travailleurs.



sources : Tremolino, PRMA Poitou-Charentes

Les résultats montrent que plus le degré de professionnalisation augmente, plus les groupes répètent dans des locaux dédiés aux musiques actuelles. Mais le nombre de groupes qui répètent chez eux reste important, quel que soit le degré de professionnalisation.

Il semble que la fréquence des répétitions des groupes professionnels est moins régulière. Pour les professionnels *majors*, une partie de l'année pourra être consacrée à la répétition intense d'un spectacle, alors que, durant une autre période, le groupe ne répétera plus. Au contraire, les amateurs semblent répéter de façon plus *ritualiste*, durant un créneau horaire fixé durant la semaine (ce qui s'explique notamment par des contraintes de location, mais aussi d'emploi du temps). C'est pourquoi le montant mensuel *moyen* du loyer varie peu selon le degré de professionnalisation (240 francs par mois). En revanche, on constate des différences de loyer importantes entre les équipements de répétition situés en Poitou-Charentes (142 francs par mois) et en Pays-de-Loire (368 francs).

Près d'un groupe sur deux qui répète chez lui, réalise des travaux d'aménagement et/ou d'isolation phonique. Les dépenses engagées à cette fin sont en moyenne de 5.800 francs. Il est à noter que l'utilisation d'une batterie est un critère déterminant pour entreprendre ces travaux.

L'ENREGISTREMENT ET LA PRODUCTION DISCOGRAPHIQUE

Les premiers résultats montrent bien le fait que la production d'un disque ne sanctionne plus, comme auparavant, le passage d'un cap décisif vers la professionnalisation du groupe. La production discographique s'est démocratisée et le CD remplace souvent la cassette pour la promotion.

Plusieurs phénomènes expliquent ce nouvel état de fait. D'abord, la baisse du prix du *4 pistes* et des graveurs de disques lasers ont permis à de nombreux groupes d'avoir des moyens d'enregistrement à domicile (63% des groupes de Pays-de-Loire enregistrent leurs *demos* par leurs propres moyens).

Ensuite, l'autoproduction et la fabrication par des petits labels se sont développées (43% des groupes de Pays-de-Loire ont sorti un disque par ce biais), ce qui n'est pas sans poser de problèmes pour la distribution : si les groupes professionnels vendent en toute logique l'essentiel de leurs disques par des réseaux de distribution, les groupes amateurs et intermédiaires en vendent une part non négligeable en

concert ou par d'autres moyens (relations, correspondance, souscription...).

Répartition des ventes par type de groupe

	Distribut°	Concerts	Autres	Nb disques
Amateurs	50%	25%	25%	650
Intermédiaires	78%	17%	5%	1800
Professionnels	96%	2%	2%	20.000

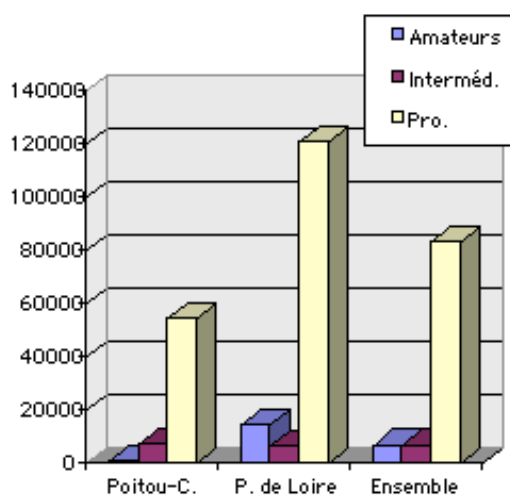
source : *Tremolino*

Les groupes amateurs et intermédiaires enregistrent principalement dans leur région d'origine, ce qui est moins le cas pour les groupes professionnels (25% des groupes professionnels *majors*, contre 86% pour les groupes étudiés).

Le budget moyen consacré à l'enregistrement est de 17.200 francs pour les groupes de Poitou-Charentes et de 51.400 francs pour Pays-de-Loire. Pour les deux régions, le budget des professionnels est sans commune mesure à celui des autres groupes.

Il faut remarquer que, de l'avis des musiciens des groupes intermédiaires, les budgets annoncés pour l'enregistrement ne peuvent se réduire aux transactions monétaires puisqu'il existe nombre 'd'échanges de bons procédés' (promesse de fidélité à un studio, cachets lors de concerts pour les techniciens sons, pourcentages sur les disques vendus...).

**Budgets d'enregistrement (en F)
selon la professionnalisation**



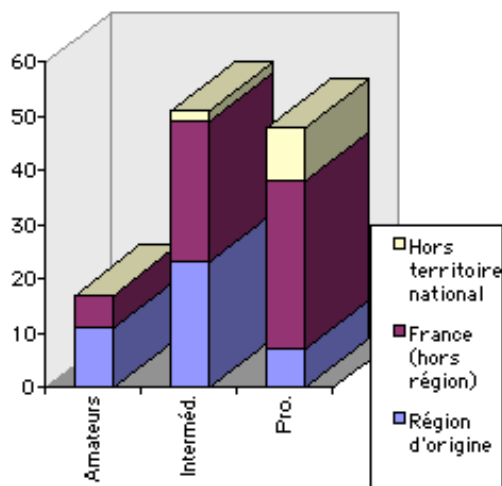
sources : *Tremolino, PRMA Poitou-Charentes*

LE SPECTACLE VIVANT

La plupart des groupes interrogés a joué en concert durant les douze derniers mois (moyenne de l'échantillon, 26 concerts par an). Quelle que soit la région, ce sont les groupes intermédiaires qui *font* le plus de concerts. Davantage que les groupes professionnels dont le support médiatique est souvent important, c'est 'sur la route' que les groupes intermédiaires se font connaître. C'est également à travers le spectacle vivant qu'ils pourront acquérir le statut d'intermittent du spectacle qui est souvent recherché par les musiciens de cette catégorie.

Il faut noter que le terme 'concert' recouvre des réalités différentes : *faire* la Fête de la musique dans un café, être la tête d'affiche d'un concert donné dans une salle membre de la *Fédurok*... Le premier critère distinctif est l'éloignement géographique du lieu de concert, qui est source de disparités économiques importantes. Pour le groupe amateur, le concert à l'étranger est excessivement rare. Au contraire, les tournées avec une majorité de dates hors région sont presque systématiques pour les professionnels. Les intermédiaires, en raison du nombre important de concerts réalisés, essaient d'associer des concerts dans et hors de leur région.

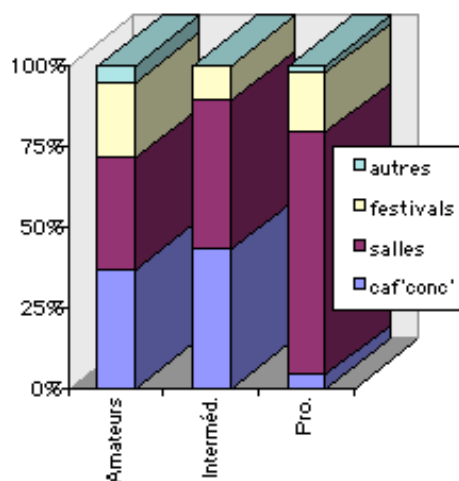
**Nombre et lieux des concerts (1 an)
par degré de professionnalisation**



source : *Trempolino*

Outre l'éloignement géographique, les types d'équipement dans lesquels se déroulent les concerts engendrent des économies différentes. La distinction se fait entre les professionnels qui réalisent presque tous leurs concerts dans des équipements importants ou durant des festivals et les autres qui jouent souvent en cafés-concerts. Les intermédiaires *écument* les cafés-concerts, même s'ils réalisent 49% de leur dates en salles de concerts.

**Types de concerts par degré de
professionnalisation**



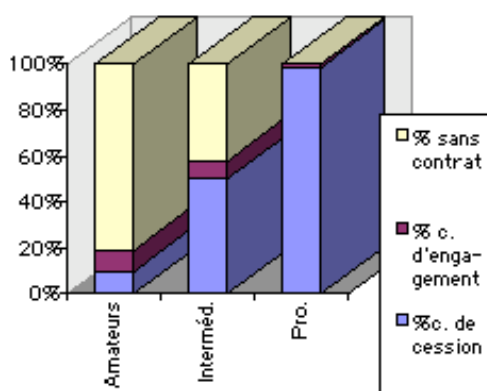
source : *Trempolino*

Il semble logique que les frais occasionnés pour la logistique des concerts soit au *prorata* du nombre de

concerts effectués (location de véhicules, de matériel de sonorisation, essence, autoroute...). Pourtant, ce n'est vérifié que pour les dépenses incompressibles. Les groupes intermédiaires en effet, ne louent pas systématiquement un camion comme les professionnels ; et si ce moyen de transport devient indispensable, ils en achètent un (37% des intermédiaires ont acheté un camion, contre 14% chez les professionnels).

Mais c'est en termes de rémunération et de type de contrat que la césure s'opère le plus entre les professionnels et les autres. Les musiciens professionnels comme les sonorisateurs intermittents du spectacle sont généralement déclarés pour les concerts (ils le sont systématiquement pour les professionnels *majors*). Au contraire, lorsque les concerts des groupes intermédiaires sont déclarés, seuls certains musiciens bénéficient d'un cachet d'intermittent, l'argent obtenu servant d'abord à payer les frais liés au spectacle. Concernant les amateurs, l'argent des concerts retourne au groupe (dans une cagnotte ou sur le compte d'une association dans l'éventualité où elles existent) afin de payer, par exemple, la production discographique ou les locaux de répétition.

Type de contrats (%) par degré de professionnalisation



sources : Trempolino

Le nombre de concerts *sans contrat*, situation majoritaire chez les amateurs, représente encore 42% des concerts des groupes intermédiaires. Le choix est souvent simple : bénéficiant rarement du statut d'intermittent et ne pouvant perdre de l'argent sur l'activité de concert qui reste leur principale source de rémunération, les musiciens intermédiaires préfèrent généralement toucher de l'argent sans déclaration que de refuser une date de concert...

LA PROMOTION ET L'ADMINISTRATION

L'évaluation des dépenses liées à la promotion est difficile à réaliser, en raison de la multitude d'acteurs extérieurs au groupe qui peut entrer en jeu et dont le travail n'est pas toujours rétribué.

Pour les groupes amateurs, le fonctionnement reste relativement simple. La promotion des *demos* ou des disques auprès des médias et des labels comme la recherche de dates de concerts sont souvent réalisées par des membres du groupe ou des proches.

La promotion des groupes intermédiaires est plus complexe. En effet, ceux-ci travaillent presque systématiquement avec une ou des structure(s) qui peu(ven)t être un label, un tourneur ou une structure de management (sous forme associative ou SARL). Malgré cela, le groupe dépense une somme non négligeable pour sa propre promotion et partage les frais (et les bénéfices) avec ses partenaires. Le budget moyen de téléphone est de 11.300 francs par an et celui de l'affranchissement de 3.200 francs par an. De nombreuses transactions sont *non monétisées* comme la fabrication d'affiches ou de press-books.

Postes de dépenses par type de groupes (par an)

Coûts moyens	Amateur	Interm.	Prof.
disques promo.	3.725	8.425	9.750
press-books	370	505	690
affiches	1.200	4.400	10.330
téléphone	2.180	11.340	16.000
affranchis.	1.180	3.170	2.400
total	8.655	27.840	39.170

source : *Tremolino*

La dépense en promotion des groupes professionnels est incomparable avec celle des groupes intermédiaires. L'économie informelle est inexistante et les structures partenaires plus importantes (en termes de budget, de travail fourni et de notoriété).

Mais la variable principale est la signature du groupe sur une maison de disque importante (production ou distribution par une *major*) qui permet la prise en charge de la plupart des frais de promotion et l'assurance de trouver un tourneur. Le montant des frais pris en charge n'est pas intégré au tableau récapitulatif, car il est souvent peu connu des musiciens. Toutefois, les montants avancés par des maisons de disques interrogées sont de l'ordre de 60.000 francs pour vingt dates de plusieurs groupes professionnels *majors*, du type de ceux de notre échantillon. Ces investissements élevés s'expliquent par le fait que le concert est alors considéré comme une bonne promotion du disque.

ELEMENTS DE FINANCEMENT

Les premiers résultats des enquêtes régionales ne permettent pas de reconstituer un budget type par groupe. L'argent utile à la progression d'un groupe provient de différentes sources (membres du groupe, aides privées, recettes générées par la vente de disques ou par le passage en concert...). Quelques flux liés au fonctionnement des groupes peuvent toutefois être mis en évidence (*voir tableau p. 8*).

METHODOLOGIE

Ce document présente les résultats de deux enquêtes menées auprès des musiciens de musiques actuelles des régions des Pays-de-Loire et de Poitou-Charentes. Le questionnaire d'une cinquantaine d'items a été soumis aux musiciens de 58 groupes.

L'échantillon des Pays-de-Loire a été obtenu par la qualification *a priori* de chacun des groupes en fonction de leur niveau de pratique (amateur, intermédiaire et professionnel), de leur lieu de résidence et de leur médiation instrumentale (instruments et/ou machines). Les questionnaires ont été soumis en face à face. En Poitou-Charentes, les questionnaires ont soit été adressés par voie postale aux musiciens référencés dans le *Guide des musiques actuelles*, soit soumis en face-à-face lors de la visite des musiciens dans certains équipements de musiques actuelles de la Région servant de relais. Dans les deux régions, les échantillons obtenus sont équilibrés en fonction des niveaux de professionnalisation des groupes (amateurs, intermédiaires et professionnels) définis pour cette enquête. Les résultats analysés en fonction de la région d'implantation du groupe donnent les mêmes tendances.

Deux traitements ont pu être réalisés à partir des questionnaires : individus musiciens (208 questionnaires) et groupes de musiciens (57). Tant les groupes que les musiciens pris individuellement

représentent les quatre genres musicaux couverts par le terme de musiques actuelles et les neuf départements constituant les deux régions.

L'enquête Pays-de-Loire a été réalisée par Gérôme Guibert (chargé d'étude, Trempolino) et celle en Poitou-Charentes par Xavier Migeot (chargé de mission, PRMA Poitou-Charentes), avec la collaboration d'Emmanuelle Granger (chargée de l'information, Ardiamc Musique et Danse et PRMA Poitou-Charentes). Le suivi a été assuré dans les deux régions par des comités de pilotage *ad-hoc*. Elles n'ont pu être menées à bien que par l'implication des différents équipements dédiés aux musiques actuelles qui ont accepté de servir de relais durant la phase de passation des questionnaires.

L'exploitation des résultats fera l'objet d'un document de synthèse qui sera rédigé par les deux structures porteuses des enquêtes. Enfin, il convient de prendre les chiffres présentés pour ce qu'ils sont : des éléments d'informations et d'aide à la connaissance. Il est en effet difficile pour des musiciens d'évaluer, souvent pour la première fois, les coûts liés à l'investissement et au fonctionnement de leur groupe.

Essai de répartition des dépenses et recettes des musiciens par niveau de pratiques (budget annuel en francs)

	groupes amateurs		groupes intermédiaires		groupes professionnels	
	dépenses	financements	dépenses	financements	dépenses	financements
Répétitions (si loyer)	3.600	chaque individu apporte sa contribution	5.100	individuel et groupe (argent gagné par le groupe et réinvesti dans ce même groupe)	4.700	groupe ou label. Les musiciens sont parfois payés.
Enregistrements	14.000	individuels et aides (tremplins, bourses...)	6.300	individuels et groupe, parfois aides institutionnelles. possibilités d'accords informels avec le studio	120.000	label : paiement direct ou avance sur recette
Production disco.	15.000	autoproduction (argent individuel) ou label associatif. recette moyenne 37.000 francs.	27.300	label associatif ou autre label indépendant. Autoproduction. plus rare Recette moyenne : 90.000	430.000	label
Concerts	14.000	recettes et dépenses s'équilibrent avec un fort pourcentage de concerts sans contrat	77.300	le nombre de concerts doit être important pour ne pas être déficitaire. Le rendu devant être "professionnel", un personnel technique s'impose en effet. Recette possible par "merchandising artisanal".	235.000	tourneur et label merchandising
Promotion et administration	9.000	principalement parents, amis, association du groupe	28.000	manager et/ou tourneur, association du groupe, individuel	> 120.000	Label et tourneur
total	55.600		144.000		909.700	