

FELIN

| FÉDÉRATION NATIONALE
| DES LABELS INDÉPENDANTS

DEUXIÈME ENQUÊTE DES LABELS INDÉPENDANTS

État des lieux en 2016 et évolutions depuis 2013.

OCTOBRE 2016

Trois ans après la première, la Felin a lancé sa deuxième enquête label. Son but n'est pas tant de récupérer des données que de saisir la réalité de ces labels qui, dans un environnement dégradé, font vivre la diversité des artistes et des esthétiques.

Trois enseignements sont à en tirer :

1 - Pour les labels indépendants TPE et associations, **le disque physique reste très majoritaire : 65%**. Il est donc source de pérennité. Avec près de 15%, le vinyle est une réalité non anecdotique.

2 - Alors que le numérique prend de l'ampleur, **plus de la moitié des labels est réglée au trimestre par leur distributeur. Et c'est un problème. Pour leur trésorerie donc leur stabilité.** Il devient urgent que les distributeurs numériques qui, eux, sont réglés mensuellement par la plupart des plateformes, reversent leur dû aux labels indépendants.

3 - Les outils créés par et/ou pour la filière restent sous-utilisés. Par manque d'informations, peut-être également par manque de **formation** qui, alors que le métier se complexifie, **devient l'un des points sensibles sur lequel il convient d'agir.**

Malgré tout, le "moral" des labels s'améliore, lentement, même si leur vision générale de la situation de la musique enregistrée reste noire.

Malgré tout, les labels indépendants produisent de nombreux artistes, jeunes ou moins jeunes dans tous les styles musicaux. Et alors que la moindre start-up lève plusieurs centaines de milliers d'Euros avec, disons-le, des idées à la noix pour leur grande majorité, **les labels indépendants restent les véritables start-ups de la création et de la diversité des esthétiques** : ils investissent, innovent, professionnalisent, bousculent les codes esthétiques et font partager leurs passions.

Même si le futur fond d'aide à l'emploi de musiciens et le nouveau plan d'aide à la transition numérique viendront compléter la panoplie d'aides, nos labels aspirent à vivre des écoutes et des ventes que leurs productions génèrent.

MÉTHODOLOGIE

Une enquête de 41 questions a été envoyée aux labels indépendants basés en France entre juillet et septembre 2016.

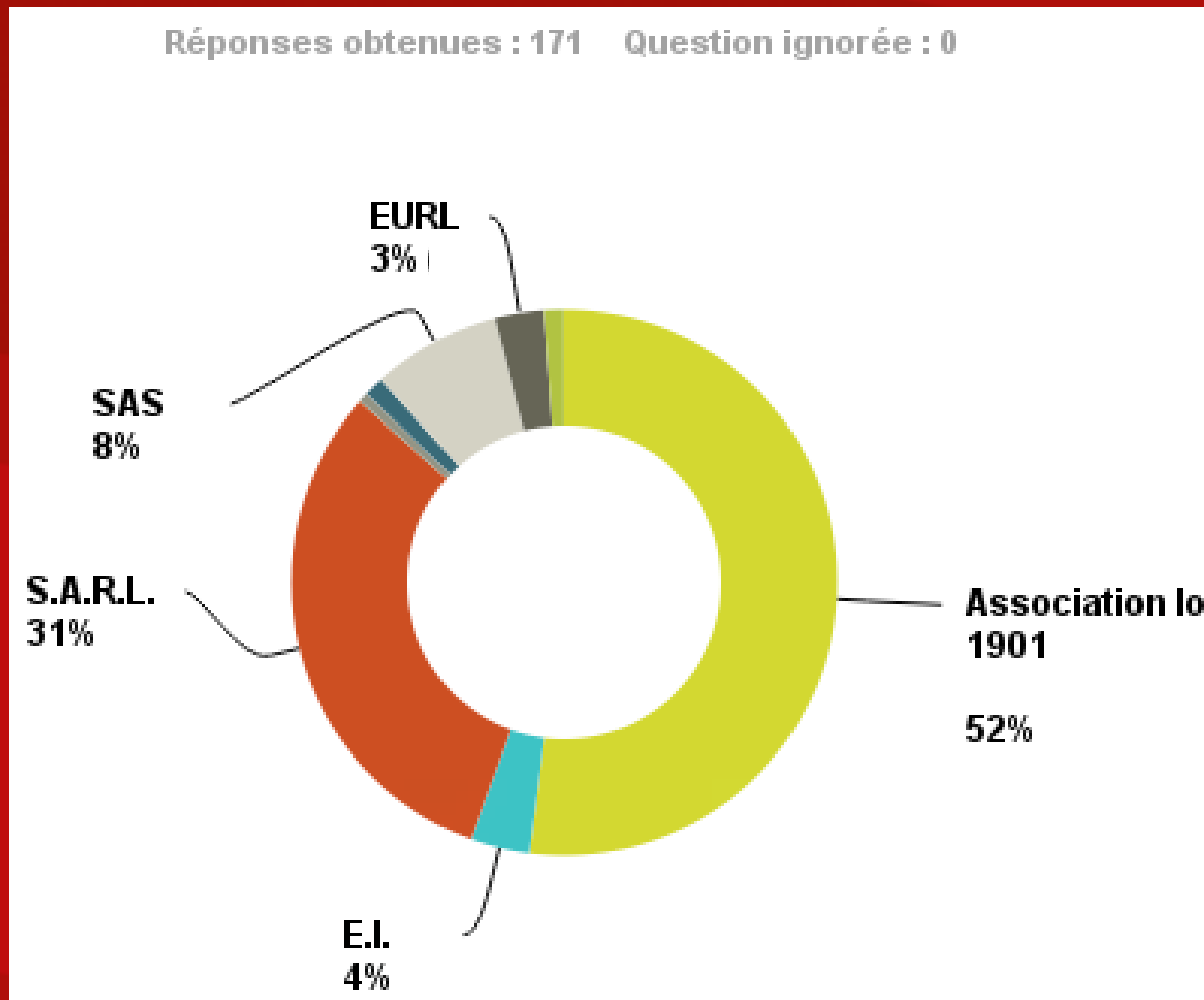
Les sujets de fonctionnement général, de productions, financements, leur vision du secteur musical et perspectives ont été abordés.

171 réponses ont été reçues et analysées dans cette étude.

La précédente enquête envoyée en octobre 2013, à laquelle 211 labels avaient participé, nous apporte des éclairages sur l'évolution de certains sujets.

PROFIL DES LABELS INTERROGÉS

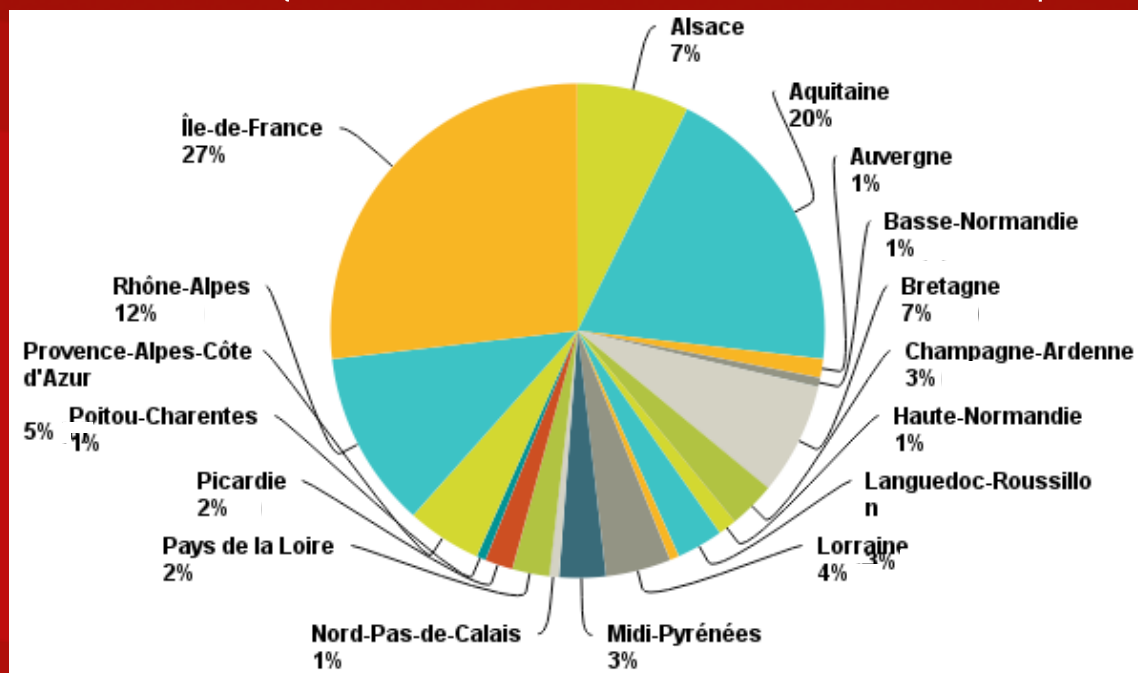
52% d'associations, 31% de SARL



PROFIL DES LABELS INTERROGÉS

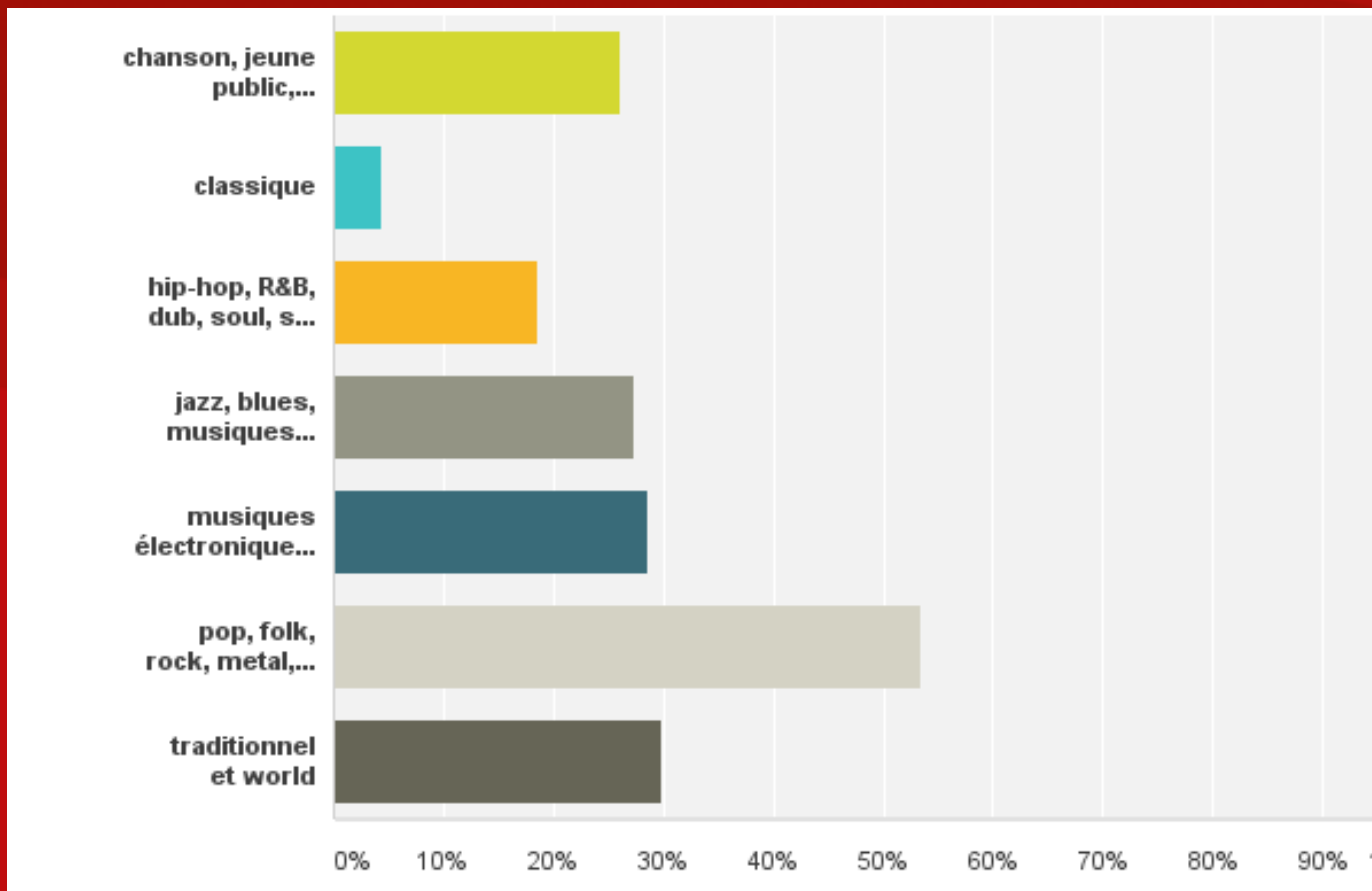
En moyenne **1,72 équivalent temps plein** travaillant pour la structure. Les labels représentés ont été créés entre **1990** et **2015**. Ils ont en moyenne produit/licencié **48 albums** depuis leur création et **4 disques en 2015**.

Territoire : 27 % des labels interrogés sont basés en Île-de-France, 19 % en Aquitaine , 12 % en Rhones-Alpes.



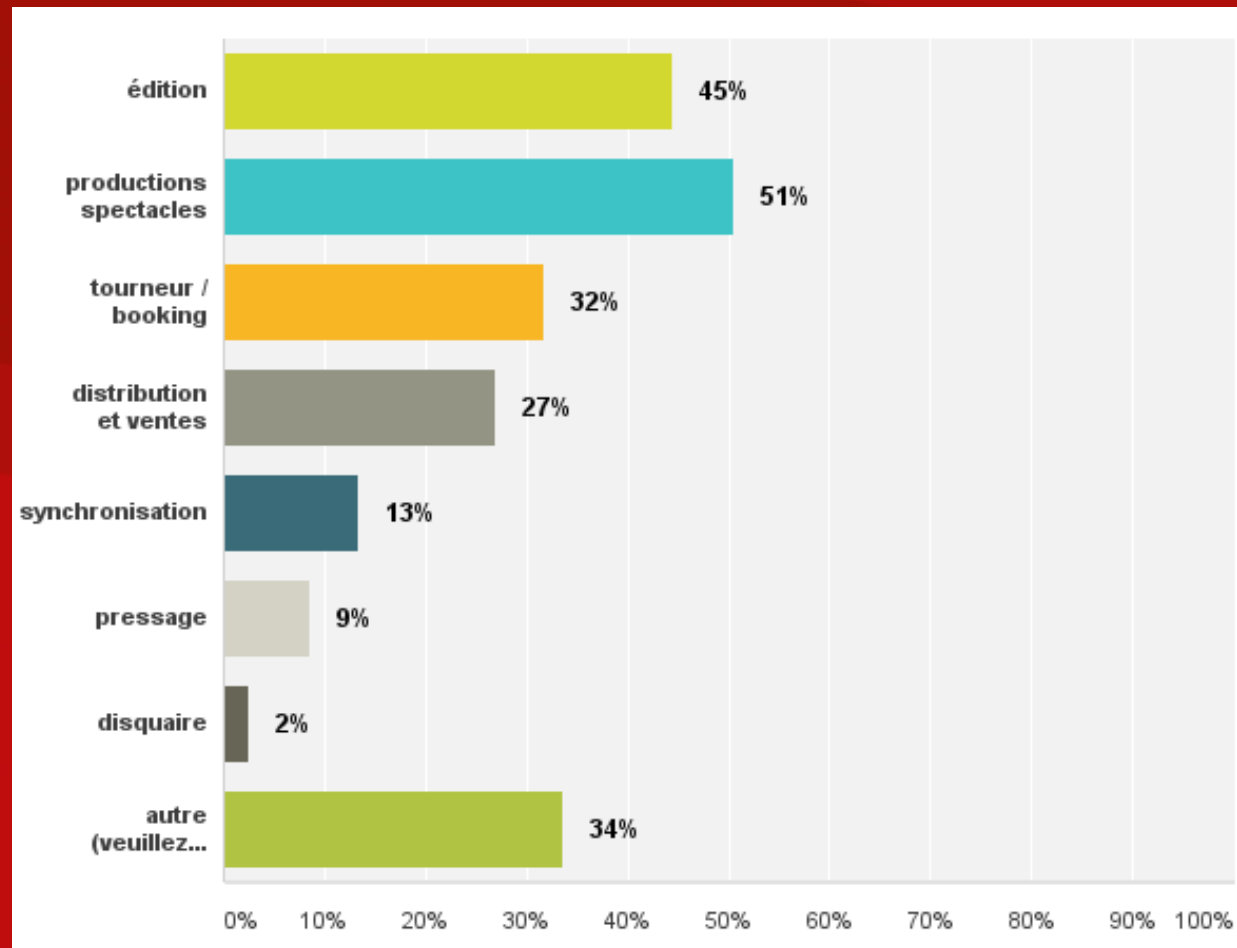
PROFIL DES LABELS INTERROGÉS

Styles musicaux



PROFIL DES LABELS INTERROGÉS

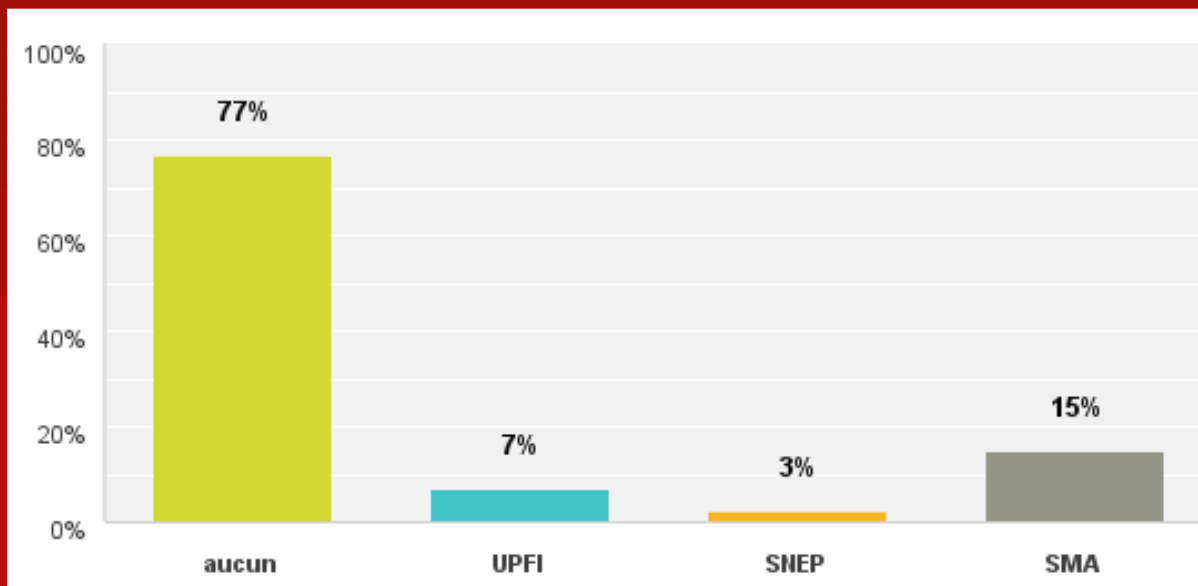
Activités autres que la production



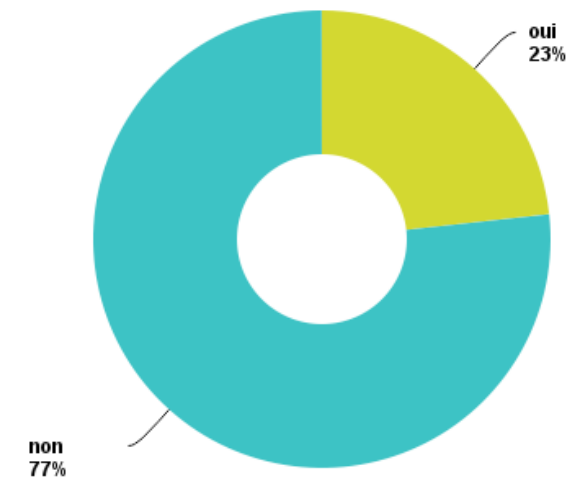
> Les labels diversifient leur activité vers la scène et l'édition.

PROFIL DES LABELS INTERROGÉS

Membre d'un syndicat



Membre du Bureau Export

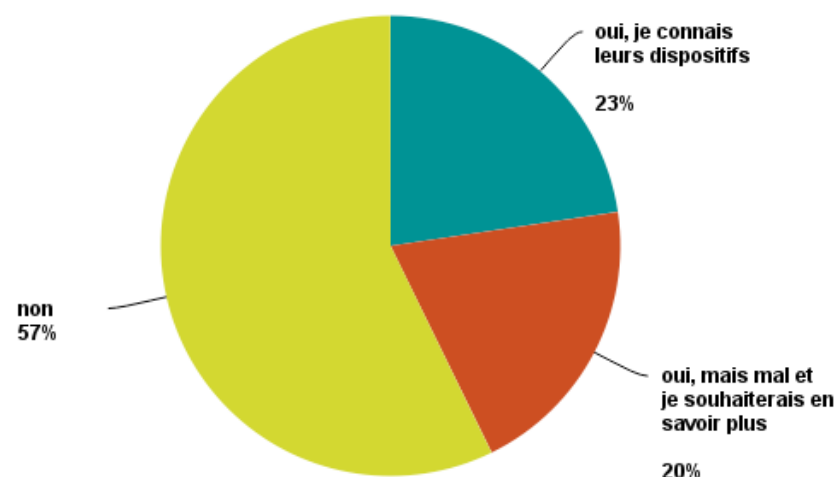


> On note un très faible taux d'adhésion aux syndicats de producteurs. Et étonnamment aussi au Bureau Export de la musique française.

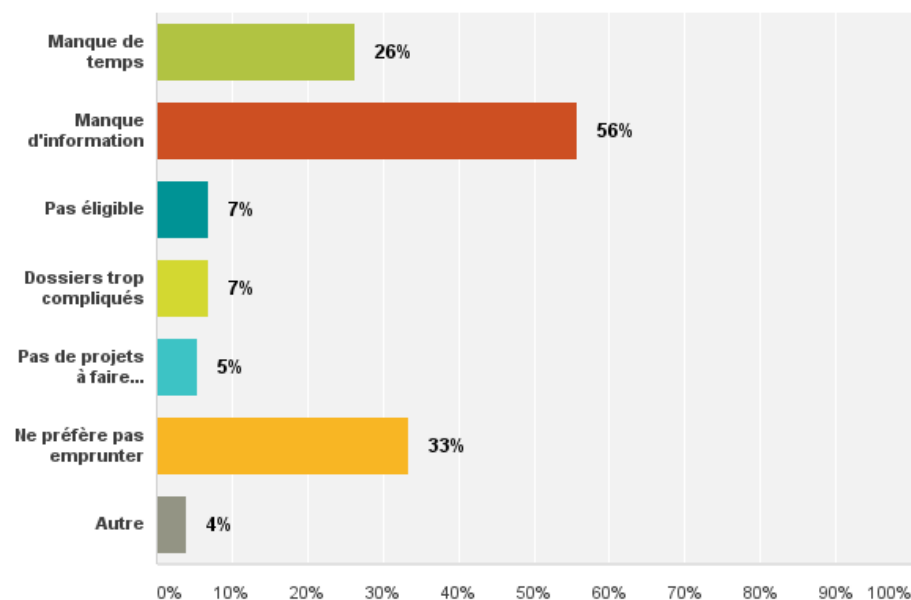
IFCIC

Seulement 12% des labels qui connaissent l'IFCIC ont déjà eu recours à un service financier

Connaissez-vous l'IFCIC ?



Freins

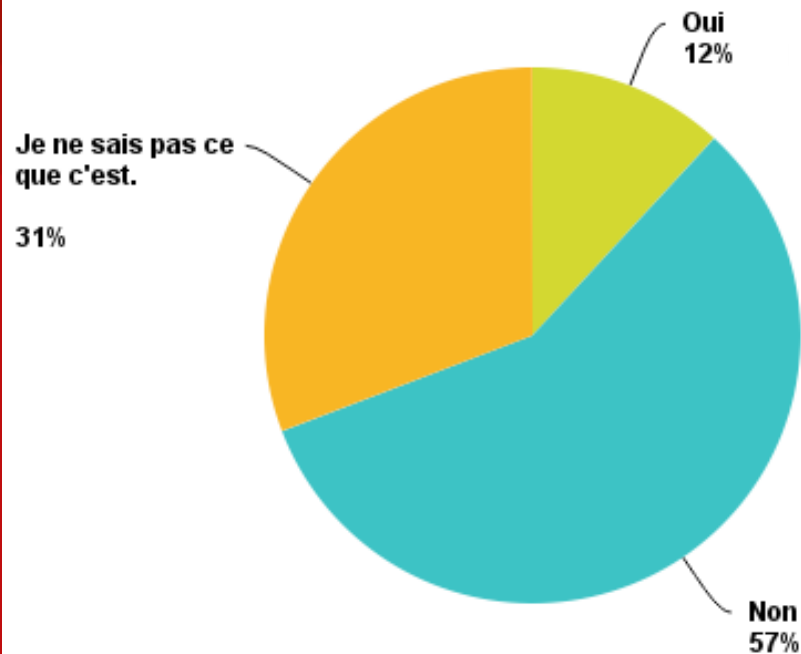


CRÉDIT D'IMPÔTS

L'utilisation du crédit d'impôt pour la production phonographique a gagné en pratique et en connaissance depuis 2013 :

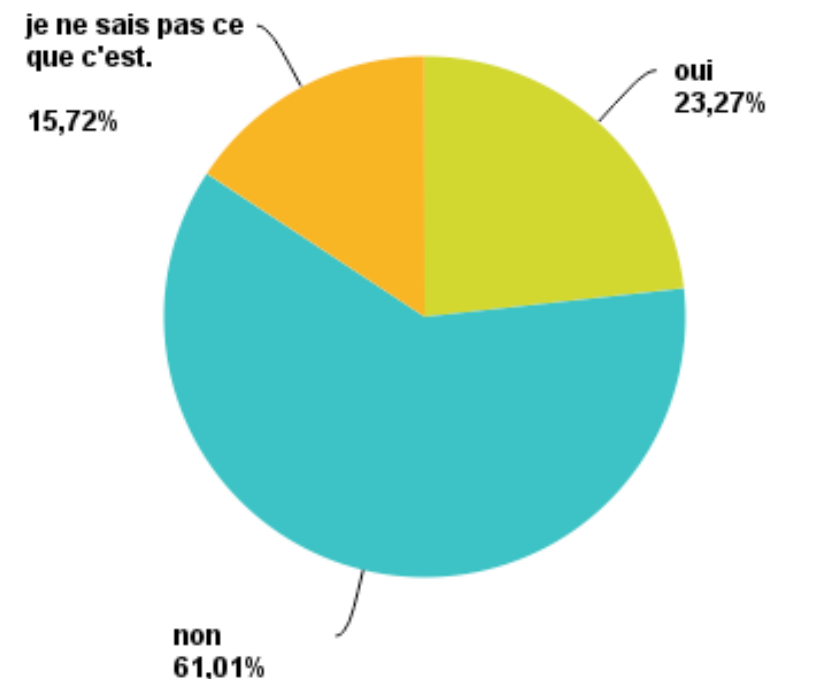
Enquête 2013

Réponses obtenues : 211 Question ignorée : 34



Enquête 2016

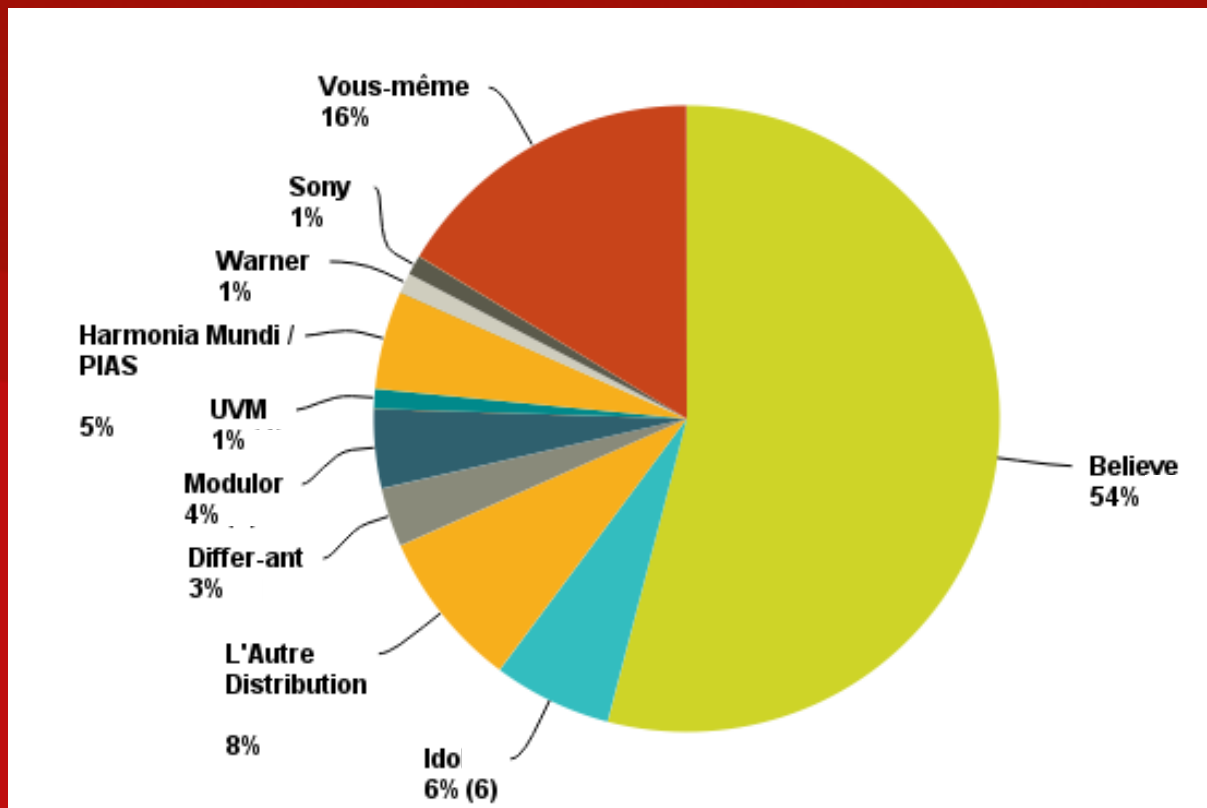
Réponses obtenues : 159 Question ignorée : 12



> Mais beaucoup ne savent toujours pas ce que c'est.

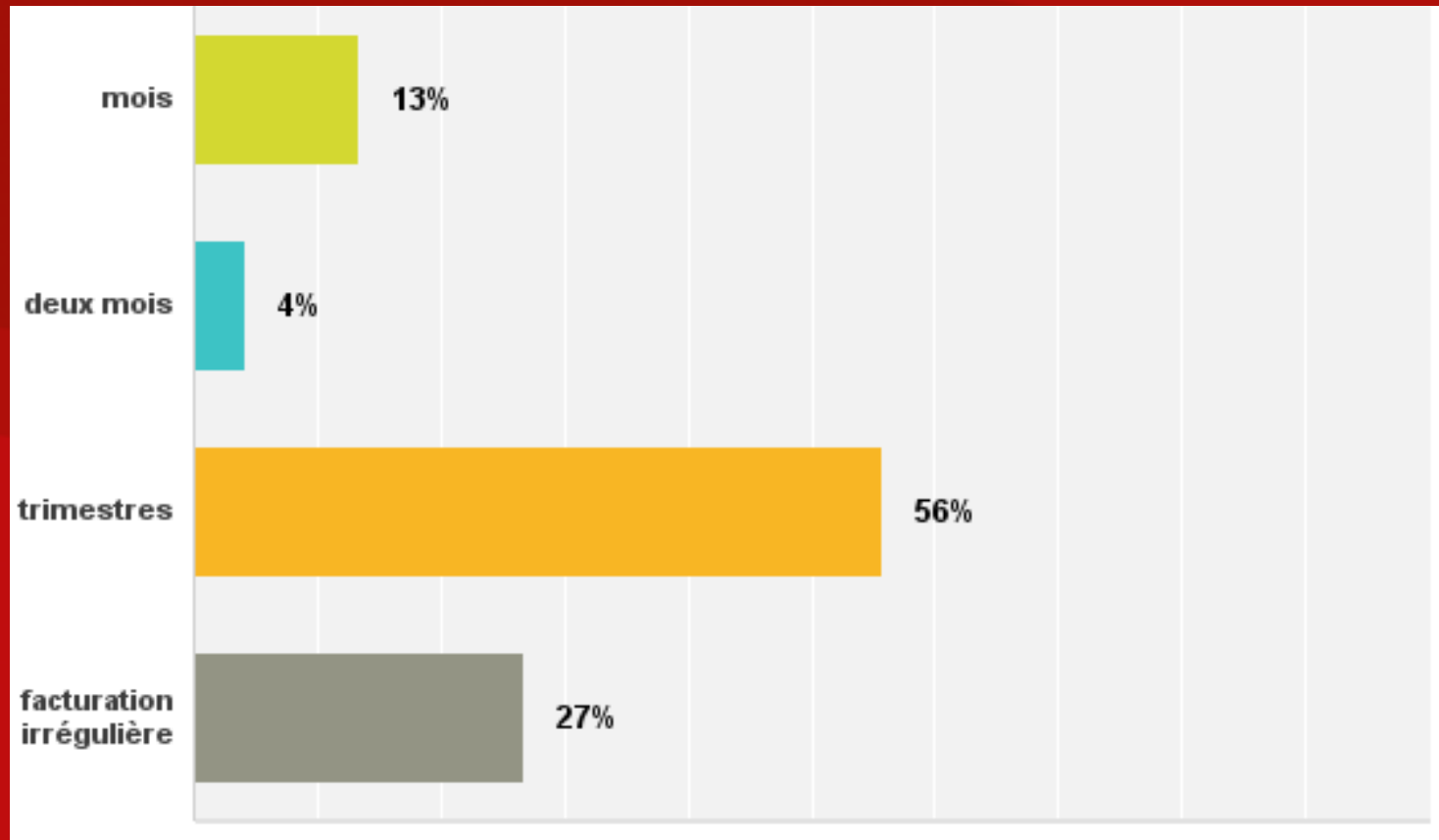
Distribution

85% des labels représentés ont une distribution numérique



Distribution

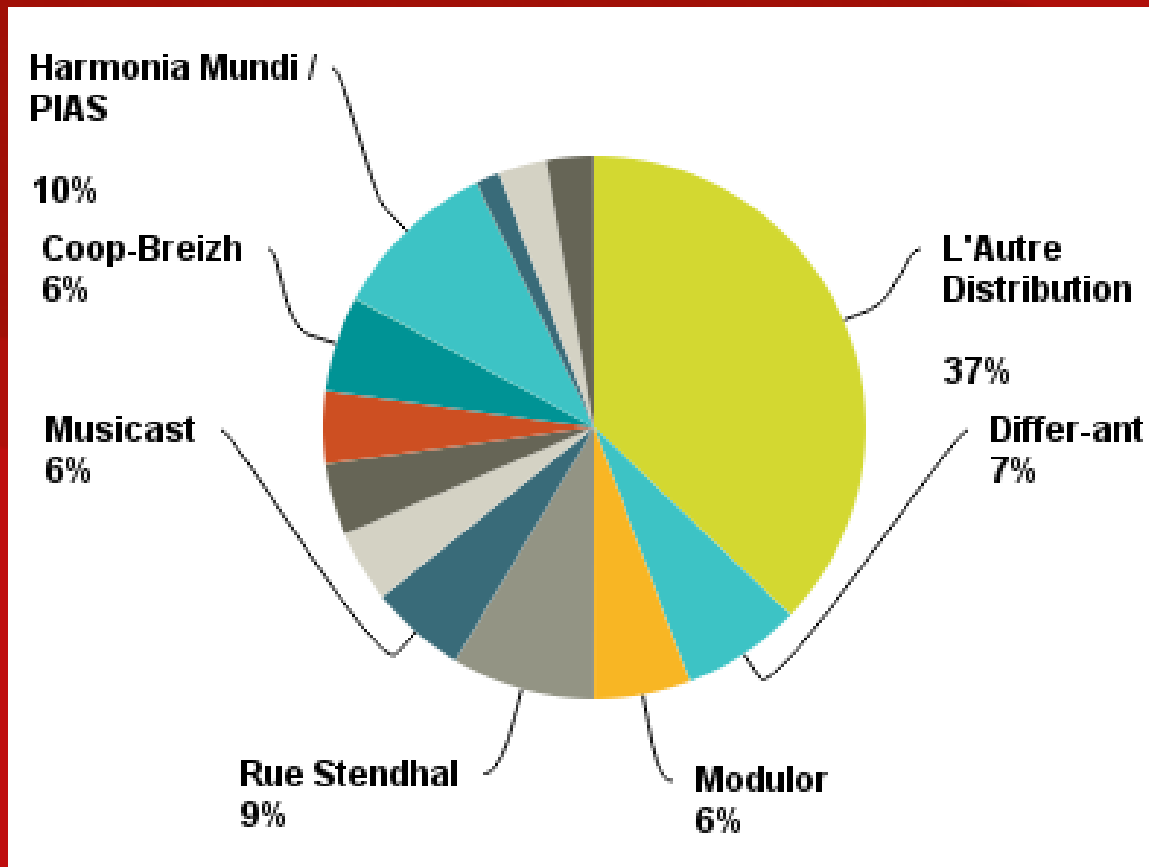
Périodicité du paiement des ventes numériques



> Plus de la moitié des labels sont payés au trimestre alors qu'ils devraient l'être au mois.

Distribution

75% des labels représentés ont une distribution physique

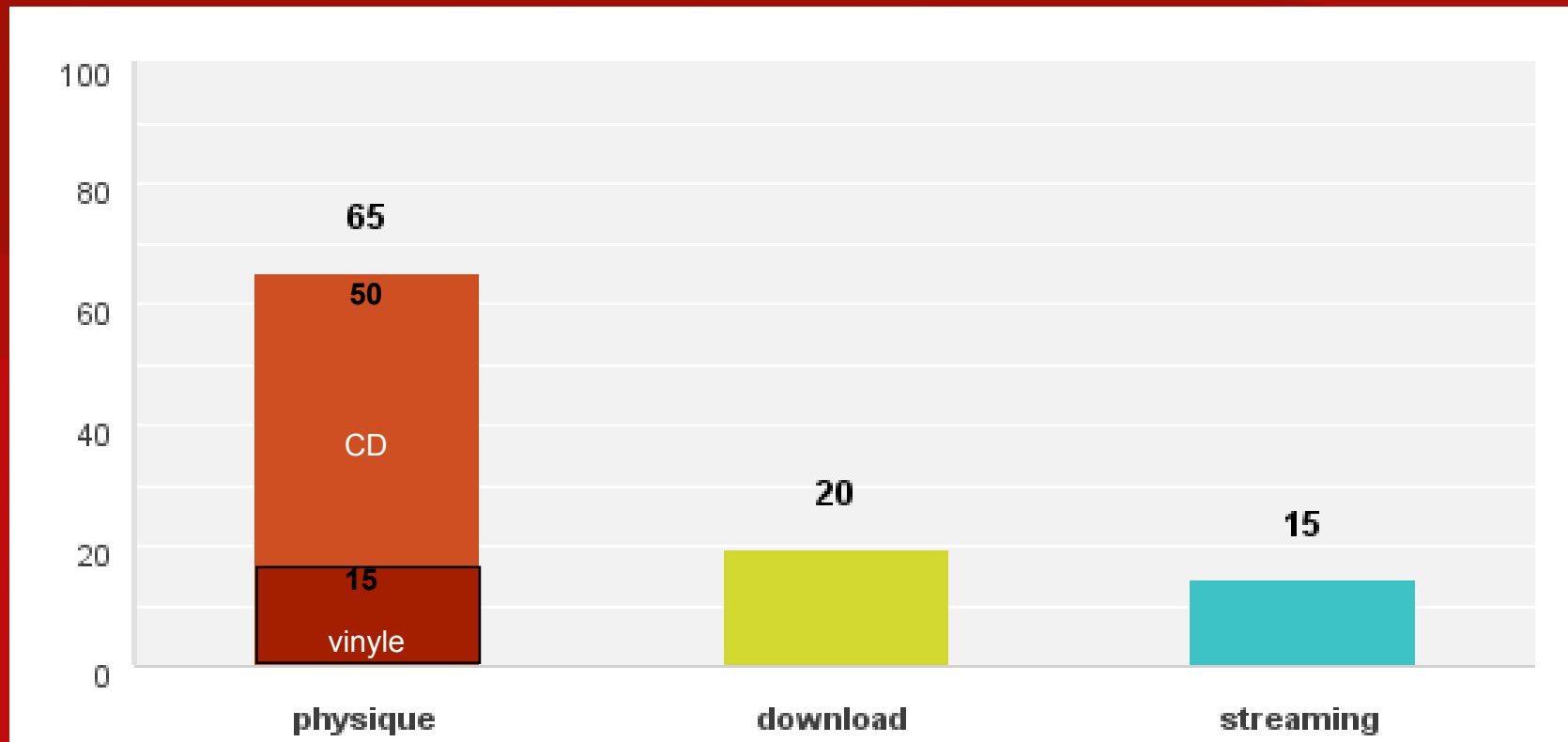


> Les 25% qui ne travaillent pas avec un distributeur physique préfèrent s'en charger eux-mêmes pour des raisons éthiques, financières, d'esthétisme ou dénoncent le manque d'intérêt envers leurs petites structures.

Distribution

Répartition du Chiffre d'Affaires en 2015

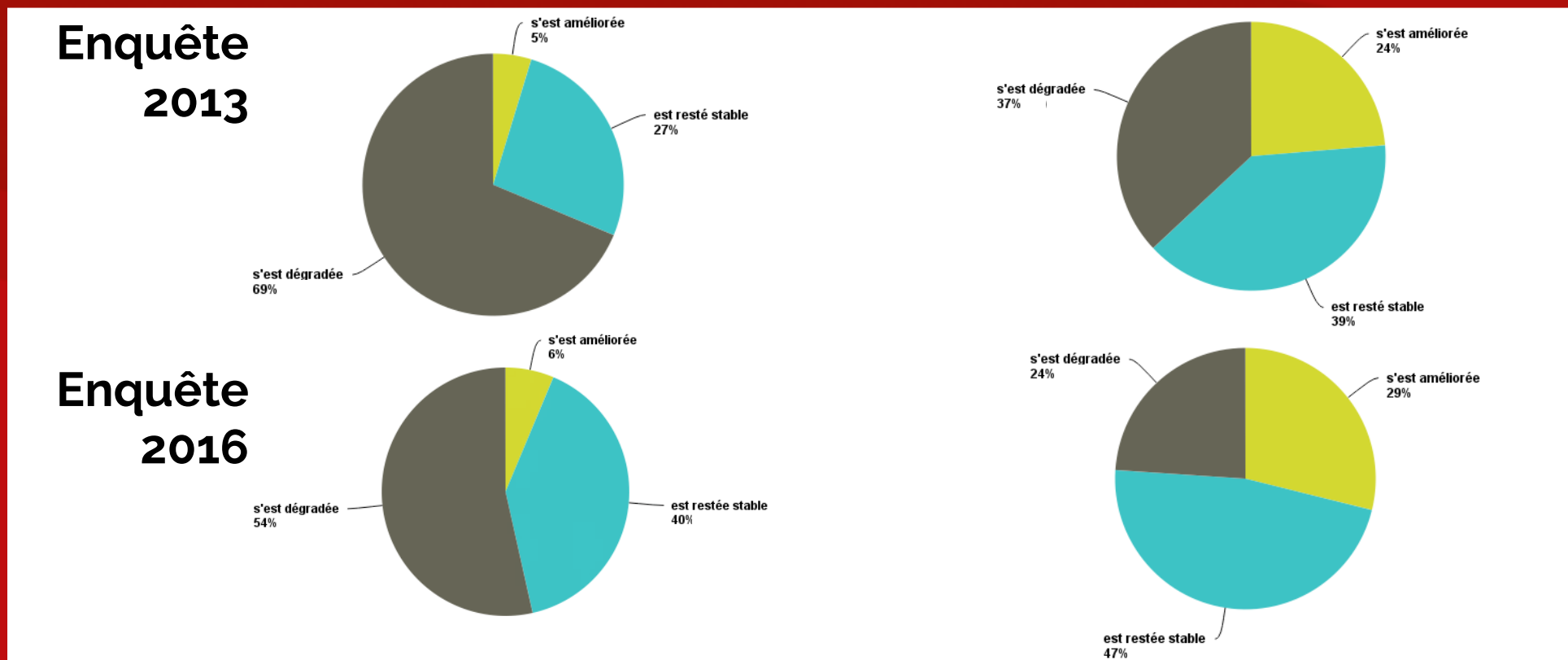
(ventes France ou Export, hors aides à la production ou à la structure)



➤ La part du vinyle à **15% du CA** physique est notable par rapport aux chiffres du marché qui le placent à 2,3% du marché physique.

Musique enregistrée

Sur les 2 dernières années, que pensent les labels interrogés de la situation,
de la musique enregistrée ? de leur propre label ?

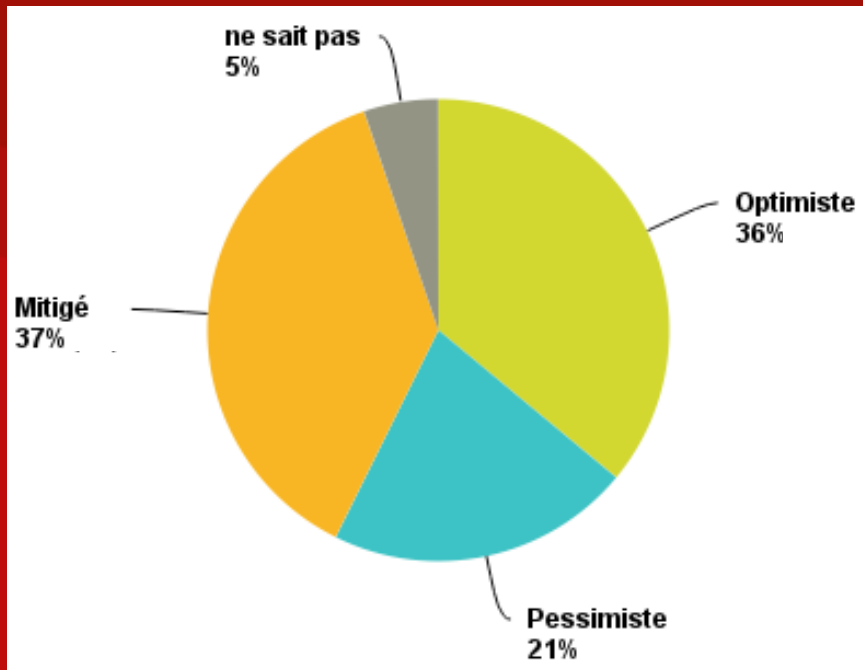


> Plus d'optimisme pour leur propre structure que pour l'environnement global de la musique enregistrée.

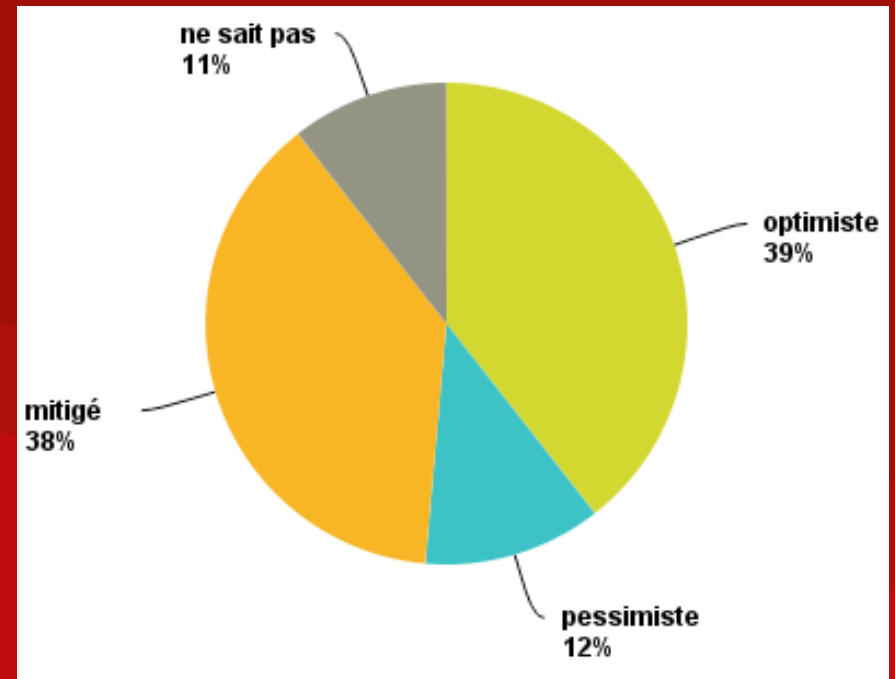
Musique enregistrée

Quel état d'esprit pour l'année à venir ?

Enquête 2013

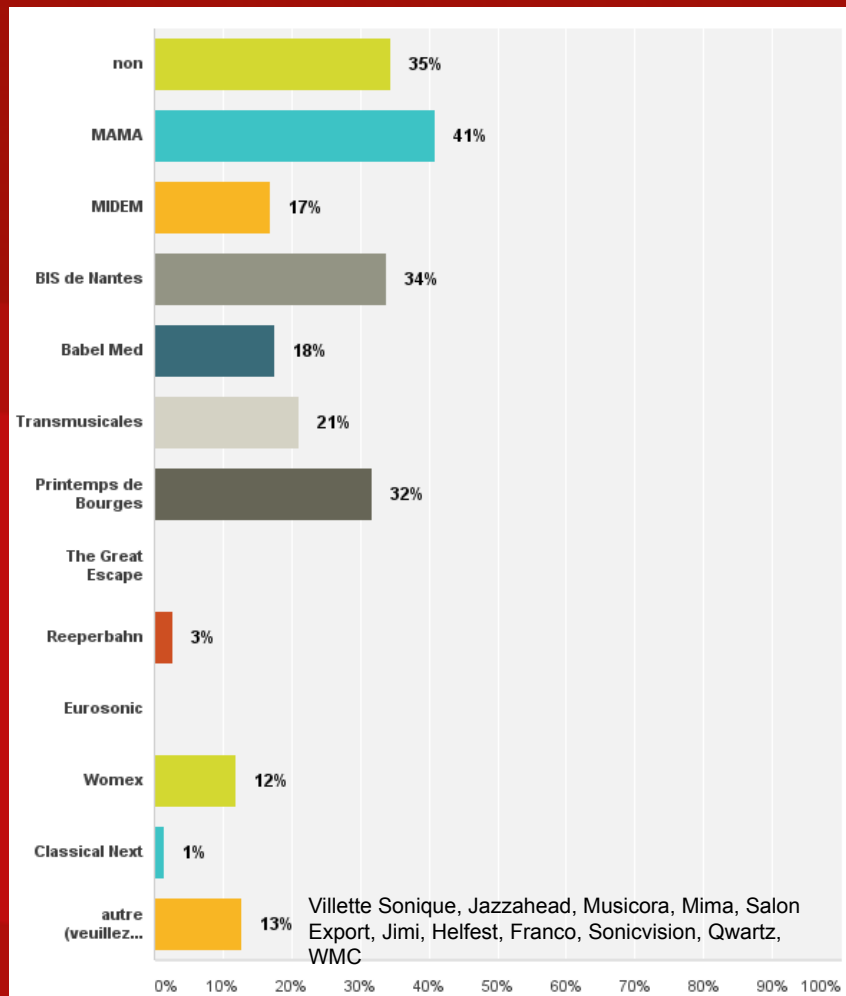


Enquête 2016

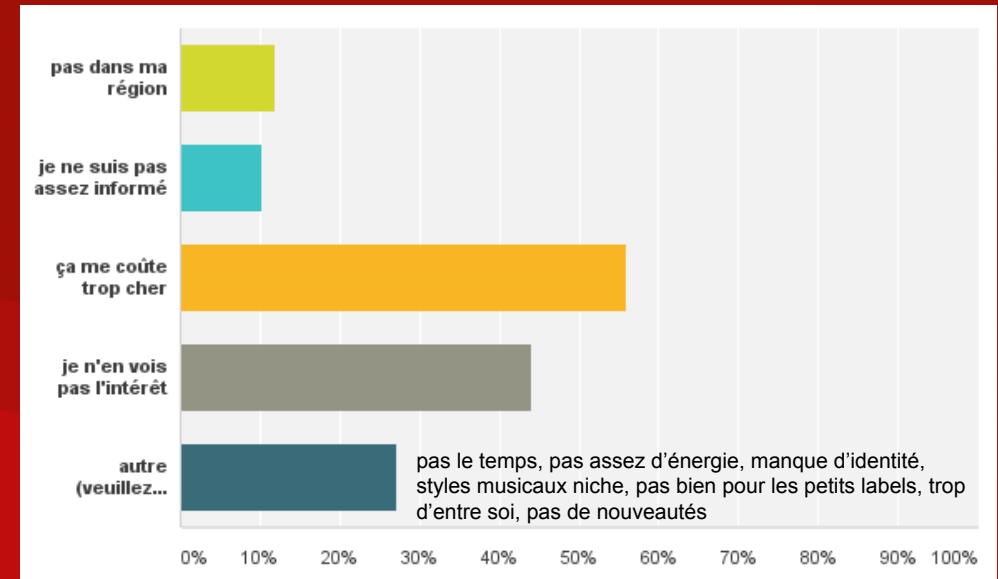


INFORMATIONS

Participation aux salons professionnels



Freins



> On note un gros déficit sur l'export, l'étude pointe également un manque d'intérêt de la part des labels et une participation jugée trop chère.

FELIN

**| FÉDÉRATION NATIONALE
| DES LABELS INDÉPENDANTS**

www.fede-felin.org
05 57 59 15 85
contact@fede-felin.org