

Un partenaire incontournable

Le *BureauExport* au service de la filière musicale française

Daniel Winkel*

» Créé en 1993, le *BureauExport* de la musique française est une structure à dimension unique dans le paysage culturel français dont la mission est d'accompagner la filière musicale française dans le développement de ses artistes à l'international, aussi bien dans le domaine des musiques actuelles que des musiques classiques.

Im Dienst französischer Musik

Die Promotion französischer Musik im Ausland ist die Aufgabe des 1993 in Frankreich gegründeten *BureauExport*. Die von öffentlichen und privaten Geldgebern getragene einzigartige strategische und finanzielle Unterstützung französischer Musikproduzenten und -interpreten im Ausland zahlt sich aus: 2009 wurden weltweit 42,2 Millionen Euro Umsatz und 77,7 Millionen Euro für Autorenrechte erzielt; Deutschland ist mit 6,68 Millionen (plus 13,4 Millionen) Euro Hauptabsatzmarkt. Der Autor, künstlerischer Leiter des Berliner *Bureau-*



Export beschreibt die Aktivitäten.
Red.

Plébiscité par l'ensemble de la filière et modèle de référence pour de nombreux pays depuis sa création, le *BureauExport* s'est imposé peu à peu comme un partenaire incontournable pour le développement des artistes français à l'export. Son dispositif d'aides stratégiques et spécifiques permet notamment de démultiplier les efforts et compétences des professionnels français entourant les artistes, d'avoir un effet de levier sur leurs investissements, et d'augmenter ainsi la visibilité et le rayonnement de la production française dans le monde.

Le dispositif d'aides proposé par le *BureauExport* s'articule autour de deux axes fondamentaux :

Le premier axe repose sur une activité de veille et de conseil.

- Mise à disposition d'outils d'information et de veille sur les marchés prioritaires destinés aux professionnels français (newsletters, réalisation d'études de marché : *Cahier Export* ; *Musique et numérique...*) ;
- Base de données de contacts internationaux, régulièrement actualisée, permettant de mieux connaître et explorer les marchés export et leurs réseaux ;
- Mise en relation directe entre professionnels français et étrangers, et surtout mise en place d'outils et d'actions de promotion pour les artistes et leur actualité export auprès de professionnels étrangers identifiés.

Le second axe s'appuie sur un soutien financier avec accompagnement des prises de risques financiers liées à la production de concerts et tournées à l'étranger et à la réalisation d'actions de promotion, de prospection et de projets numériques à l'international.

Le bureau Berlin, rattaché à l'Institut français d'Allemagne, réalise d'autre part de nombreuses opérations destinées à promouvoir la scène française en Allemagne. Il participe ainsi chaque année à la mise en place de plateaux d'artistes français sur les principaux festivals allemands (cf. le calendrier proposé dans ce numéro, *Music Week* Berlin,

* Daniel Winkel est responsable artistique du *BureauExport* à Berlin.

Reeperbahnfestival Hamburg, *Africa Festival* Würzburg etc.). Le bureau coproduit également le seul festival de jazz français en Allemagne, *Jazzdor* Berlin.

Promouvoir, sensibiliser, coordonner

Si le rôle premier du *BureauExport* est d'assister les professionnels dans leur développement, il participe aussi activement à l'animation du réseau culturel français. A Berlin, le bureau bénéficie de la synergie avec l'Institut français d'Allemagne auquel il est rattaché : échange avec les bureaux spécialisés, impact du réseau culturel, coopération avec les milieux scolaires (cf. Opération Franco-Musiques – voir page 53 – qui génèrent d'importantes retombées dans le domaine de la promotion de la langue française et permettent de sensibiliser le jeune public étranger à la musique française).

Enfin et surtout, le *BureauExport* Berlin coordonne des actions collectives de promotion et de prospection, soit à

l'occasion de salons professionnels (*Popkomm* Berlin, *Jazzahead* Brême et *Womex* en partenariat avec *Ubifrance*, *Musikmesse* Francfort, *Deutscher Orchester Tag*, etc.), soit en organisant des opérations commerciales en magasins (exemple de partenariat au niveau fédéral avec *Saturn*, au niveau local avec *Dusmann* à Berlin...) ou encore dans le domaine des nouveaux médias (par exemple avec la société de services Internet AOL et la plateforme de téléchargements *iTunes*).

Font aussi partie de ce programme d'action l'organisation fréquente de rencontres professionnelles et des invitations adressées chaque année à une trentaine de professionnels allemands décideurs pour découvrir les artistes produits en France et programmés sur des festivals prescripteurs tels le *Babelmed* à Marseille, *Banlieues Bleues* en Ile-de-France, *Le Printemps de Bourges*, *Europa-vox* Clermont-Ferrand, *Les Eurockéennes* de Belfort, *Les Francofolies* de La Rochelle, *Les Vieilles*

Charrues en Bretagne, *MaMA* Paris, les *Transmusicales* de Rennes...

Un financement mixte

Pour mener à bien l'ensemble de ses missions, le *BureauExport* bénéficie de financements mixtes issus de partenaires publics et privés réunis dans la même dynamique d'ouverture. D'un côté les pouvoirs publics apportent leur soutien à l'exportation de produits culturels français et participent au rayonnement de la diversité musicale (ministère de la Culture et de la Communication, ministère des Affaires étrangères et européennes, *Ubifrance*, Institut français), d'un autre côté les organismes professionnels de la filière musicale française œuvrent pour le développement économique international des entreprises de leur secteur (voir encadré).

SNEP : Syndicat National de l'édition Phonographique
 UPFI : Union des Producteurs Phonographiques Français Indépendants
 SPPF : Société Civile des Producteurs de Phonogrammes en France
 SCPP : Société civile des producteurs phonographiques
 SACEM : Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique
 FCM : Fonds pour la Création Musicale
 CNV : Centre National de la Chanson de la Variété et du Jazz

Le *BureauExport* compte en 2011 plus de 300 sociétés membres qui reflètent parfaitement la diversification du dispositif intégrant à la fois des producteurs de disques, éditeurs musicaux, distributeurs, producteurs de spectacles, managers et agents artistiques. Pour développer son action, le *BureauExport* s'appuie sur un bureau central à Paris et un réseau dynamique de cinq bureaux implantés sur des territoires stratégiques à travers le monde (Allemagne, Royaume-Uni, Etats-Unis, Japon, Brésil). Certains bénéficient directement de l'aide du ministère des Affaires étrangères et européennes et/ou du ministère de la Culture.

L'Allemagne, territoire stratégique

Troisième marché mondial de la musique enregistrée après les Etats-Unis et le Japon, l'Allemagne est un territoire stratégique pour la filière musicale française et donc prioritaire pour le

BureauExport. D'autant plus important que la musique connaît depuis 2003 une crise internationale profonde et structurelle qui remet en question les modèles économiques passés et fragilise l'ensemble du secteur. Ainsi, dans un marché français qui a baissé de 50 % entre 2003 et 2008, l'export apparaît de plus en plus vital pour les professionnels français – certains labels français réalisent jusqu'à 70-80 % de leur chiffre d'affaires à l'export. Deux chiffres clés illustrent le phénomène :

45,2 millions d'euros : C'est le chiffre d'affaires (CA) des producteurs phonographiques à l'export en 2009 (tous genres confondus), dont 6,68 millions pour l'Allemagne, soit 14,7 % du CA de l'export français, ce qui en fait le premier marché mondial pour la production française devant les Etats-Unis (9 %), le Royaume-Uni (7,5 %) et le Japon (5,5 %).

77,7 millions d'euros : C'est le cumul des sommes en matière de droits d'auteur perçus par la SACEM à l'export en 2009, dont 13,4 millions en Allemagne, soit 17 % de la totalité des perceptions à l'étranger (+ 22 % par rapport à 2008).

En effet, malgré des chiffres de vente en baisse sur le marché domestique, les artistes français n'ont jamais été aussi actifs à l'international avec un nombre record de concerts, sorties de disques et une exposition médiatique sans précédent. Les indicateurs sont particulièrement convaincants en Allemagne, où le *BureauExport* est installé depuis 1994 et opère à partir de Berlin en lien avec le Service culturel de l'ambassade de France : ce sont en moyenne 400 sorties de disques (nouveau albums) et 1 600 dates de concerts d'artistes produits en France qui sont enregistrés chaque année sur ce territoire. Le répertoire français, dans toute sa variété, y est très présent, aussi bien dans les bacs que dans les médias, sans compter le très fort intérêt du public pour ce répertoire. Suite à la vague *French Touch* qui a généré de nombreux succès à l'international, sa perception ne se limite plus du tout au cliché de la musique française au sens traditionnel (voir l'analyse *Die Marke Frankreich* dans *Dokumente/Documents* 1/2011) : aujourd'hui des phénomènes comme *Le Pop* (série de compilations et de tournées) et *Le Tour / Le Tour de France* (série de compilations et de soirées DJ) sont devenus de véritables marques à part entière. Tous genres con-

fondus, pas moins de 34 artistes français ont été classés parmi les meilleures ventes de disques en Allemagne en 2010. Parmi eux, David Guetta (3 singles d'or, 1 single platine, 1 album triple d'or en Allemagne), Zaz (album d'or en Allemagne), Stromae (single platine en Allemagne), ou encore Ben l'oncle soul, Daft Punk, Martin Solveig, Sexion d'Assaut, Bob Sinclar, Yann Tiersen, Gotan Project, Jessy Matador et bien d'autres.

En tant qu'expert sur le terrain d'un marché export essentiel pour la France, aussi bien pour les artistes que pour les supports sonores physiques et numériques, le travail fourni par le *BureauExport* à Berlin revêt d'autre part une importante dimension institutionnelle et politique : le bureau est régulièrement consulté par les experts sur les dossiers d'actualité (TVA sur biens culturels, quotas radiophoniques, licence légale...) Il est en même temps sollicité par les institutions et professionnels allemands sur la politique de soutien des pouvoirs publics français en faveur de la filière musicale (crédit d'impôt, fonds d'avance, accords de l'Elysée, loi Hadopi, carte musique...).



Le modèle français du *BureauExport* a inspiré plusieurs pays européens sur la mise en place de structures export nationales (l'Allemagne, l'Autriche, la Hongrie, les Pays-Bas, la Suisse et plusieurs pays scandinaves se sont dotés d'un tel organisme). Le *BureauExport* conserve toutefois une spécificité : il reste le seul dispositif qui ne se limite pas à agir à partir de son pays d'origine, mais est présent sur le terrain via son réseau de bureaux à l'étranger. C'est ce qui fait sans doute la clé de son succès.

Pour plus d'informations : www.french-music.org