RAPPORT COMPLET

SOYEZ LE CHANGEMENT : L’ ÉGALITÉ DES GENRES DANS L’INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

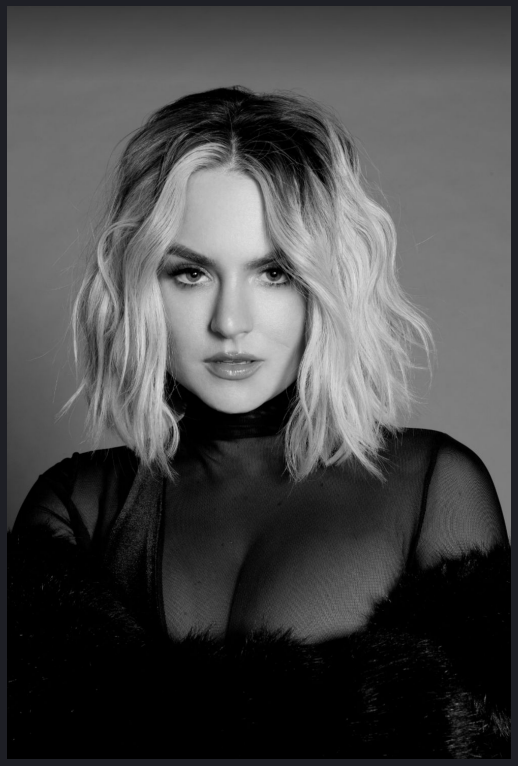
believe | tunecore | LUMINATE

Table des matières

Avant-propos de JoJo 03
Introduction 04
Méthodologie 05
Informations clés 06
- Écart de perception 07
- Identités et intersectionnalité 09
- Harcèlement et violences sexuelles 13
- Santé et bien-être 16
- Reconnaissance et postes à responsabilités 19
- Opportunités de carrière 22

Solutions 23
Mesures à entreprendre 37
Inégalités de streams (données de consommation) 39
Glossaire 40
Ressources 41
À propos de TuneCore, Believe et Luminate 42

Avant propos … de JoJo



L'année prochaine, je fêterai mes 20 ans en tant que personnalité publique dans la musique, une aventure commencée alors que je n'étais encore qu'adolescente. Quand je repense à toutes ces années, je réalise qu'il m'est difficile de faire une séparation entre la formation de mon identité de femme adulte et de mon identité d'artiste. Cette frontière floue est le fruit de facteurs internes et externes, et récemment, j'ai commencé à me demander si mes homologues masculins se pensaient comme des « artistes hommes ». Quelque chose me dit qu'ils ne sont pas confrontés à cette désignation aussi souvent que moi et mes consœurs rencontrons le terme « artiste femme » dans le milieu de la musique, que ce soit dans la presse, dans les studios ou dans les réunions professionnelles.

Et mon intuition se confirme à la lecture des données recueillies dans cette recherche. Lorsque je vois que plus de 60 % des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur ont rencontré des problèmes de santé mentale depuis leur arrivée dans l'industrie et que, lorsque l'on regarde les statistiques par catégories de personnes, ce pourcentage grimpe à 76 % pour les femmes, à 82 % pour les personnes transgenres et à 89 % pour les personnes non binaires, il apparaît clairement que le problème est omniprésent. En tant que personne qui parle ouvertement de sa santé mentale dans les interviews ou dans sa musique, ce type d'informations m'aide à comprendre l'une des nombreuses racines de ce problème. Il n'est pas question de reporter la faute exclusivement sur les personnes du même genre que moi, mais il est intéressant de souligner que se conformer aux attitudes et aux attentes à l' égard des femmes peut dans certains cas être un facteur aggravant. Plus que nos confrères masculins, de nombreuses femmes cèdent encore inconsciemment à la pression archaïque qui les pousse à être « parfaites ». Le cliché d'avoir à se coiffer et à se maquiller pendant des heures avant chaque apparition publique a été assimilé par de nombreuses « femmes artistes ». Lorsque nous ne correspondons pas à l'image attendue, l'attention se détourne du projet artistique et notre apparence devient le centre des discussions, ou influe sur la manière de percevoir notre histoire ou nos compétences. Je sais d'expérience personnelle, et de par ce que j'entends autour de moi, que les hommes passent moitié moins de temps que les femmes à se préparer pour les apparitions publiques, ce qui leur permet de se consacrer davantage à la création ou à la productivité de leur entreprise.

En tant que femmes, nous devons constamment lutter de façon déséquilibrée pour avoir confiance en nous et prouver notre valeur. Nous sommes souvent mises en concurrence avec nos consœurs et impitoyablement critiquées sur Internet par des inconnu·e·s acharné·e·s. Il y a peu, P!nk a sorti un nouvel album incroyable, mais au lieu de mettre cela en avant lors de la promotion, les médias ont préféré ressortir dans les gros titres une histoire vieille de plus de 20 ans : un conflit anecdotique entre elle et Christina Aguilera, depuis longtemps résolu. P!nk, qui n'est pas du genre à se laisser faire, a sans détour décrit ces agissements comme parfaitement représentatifs des inégalités de traitement entre les hommes et les femmes dans les médias et en général. Si nous ne dénonçons pas nous-mêmes ces inégalités, comment les choses pourraient-elles changer ? Je suis rassurée de voir que la nouvelle génération d'artistes arrive avec des conceptions différentes de ce que peut être l'apparence d'une femme, sa façon de s'habiller et de se comporter. La sempiternelle opposition des femmes contre les femmes se voit confrontée à une vague de rejet collectif. Tous ces vieux comportements sont obsolètes. La remise en question des anciennes pratiques est désormais la norme, et j'en suis très heureuse.

Le futur de notre industrie n'a pas besoin d'imiter son passé. En continuant de conduire des études de ce type, dans le but d'informer nos pairs sur nos différences de vécu et de proposer des mesures d'entraide face aux discriminations de genre, nous pourrons refaçonner le monde de la musique. Ensemble, nous pouvons tous contribuer à la création d'une industrie plus égalitaire, plus représentative et plus inclusive, où les personnes de tout horizon, de toute orientation sexuelle et de tout genre auront les mêmes chances de réussite, de la scène au studio, en passant par les comités de direction. Nous avons tous un rôle à jouer pour faire de ce rêve une réalité. Chacun doit agir quotidiennement pour combattre les discriminations de genre et faire comprendre que l'inclusion est indispensable au succès de notre industrie. Nous devons tous être le changement.

Introduction

L'industrie de la musique est un véritable vivier de créativité, de culture et de renouveau. Néanmoins, elle se confronte aujourd'hui à des défis qui lui sont propres. Créateurs·rices comme professionnel·le·s du secteur, tous les membres du milieu évoluent dans un environnement affecté par des pratiques discriminatoires, profondément ancrées structurellement.

L'étude *Soyez le changement* : *l'égalité des genres dans l'industrie de la musique* revient pour la troisième année dans le but de mettre en lumière les différences de vécu entre les multiples communautés qui composent l'industrie musicale, ainsi que la façon dont ces groupes de personnes sont impactés par les discriminations de genre.

Les femmes et les personnes de genre non conforme[1] indiquent avoir à faire face à une multitude de problématiques au sein de l'industrie actuelle, qu'il s'agisse d'inquiétudes en matière de sécurité des artistes, du risque de harcèlement sexuel dans un environnement de travail non traditionnel, ou encore au fait de ne pas se voir attribuer un poste de direction dans des structures historiquement patriarcales.

Le rapport de 2023 offre une vue **d'ensemble de l'industrie de la musique à l'échelle mondiale, en faisant état des points de vue et du vécu de plus de 1 650 créateurs·rices, cadres et professionnel·le·s du secteur dans 109 pays différents**. De nombreux sous-secteurs (label, management, synchronisation, etc.) et professions (spécialistes du marketing, ingénieurs, journalistes, etc.) sont également représentés afin d'aboutir à une vision très détaillée de la réalité.

Grâce à un élargissement de la portée de l'étude de l'an passé, les résultats obtenus sont représentatifs des points de vue des hommes, des femmes et des personnes de genre non conforme et sont le fruit d'une approche intersectionnelle qui tient compte de l'origine ethnique, de l'orientation sexuelle, du handicap, du statut parental, du lieu de résidence et de l'âge des répondant·e·s, entre autres facteurs. Et pour approfondir davantage la démarche au cœur du rapport ***Soyez le changement : l'égalité des genres dans l'industrie de la musique***, le questionnaire d'enquête de cette année a été traduit dans **13 langues**, dans le but d'améliorer la participation à l'international.

Les toutes dernières données collectées indiquent que les discriminations de genre demeurent prévalentes au sein de l'industrie musicale, mais que des opportunités manifestes d'amélioration existent. Les femmes et les personnes de genre non conforme continuent de faire part des obstacles qu'ils et elles rencontrent dans le milieu. L'année dernière, les créateurs·rices et les professionnel·le·s du secteur rapportaient en majorité trois principaux problèmes (le harcèlement sexuel, l'âgisme et les inégalités salariales).

Cette année, nous avons constaté que **34 %** des femmes déclarent avoir été victime de harcèlement ou de violences sexuelles, que la majorité des femmes (**60 %**) et des personnes non binaires[2] (**62 %**) pensent que les discriminations liées à l'âge sont un problème majeur et que plus de la moitié (**53 %**) des professionnel·le·s de l'industrie pense que les hommes cisgenres[3] sont mieux payés que les autres.

Dans ce rapport, les différentes problématiques abordées vont de pair avec des solutions directement applicables, de façon à créer un avenir plus égalitaire pour les personnes de tout genre dans l'industrie musicale. Si l'étude ***Soyez le changement : l'égalité des genres dans l'industrie de la musique*** se veut informative, il convient de considérer toutes les suggestions de mesures comme des consignes que les organisations musicales peuvent mettre en œuvre de manière urgente et que les individu·e·s peuvent défendre à leur échelle.

1 PERSONNE DE GENRE NON CONFORME : PERSONNE DONT L'EXPRESSION DE L'IDENTITÉ DE GENRE EST PLUS SOUPLE ET VA AU-DELÀ DE CELLE GÉNÉRALEMENT RATTACHÉE AU SYSTÈME BINAIRE. CETTE DÉFINITION INCLUT LES PERSONNES TRANSGENRES ET NON BINAIRES.

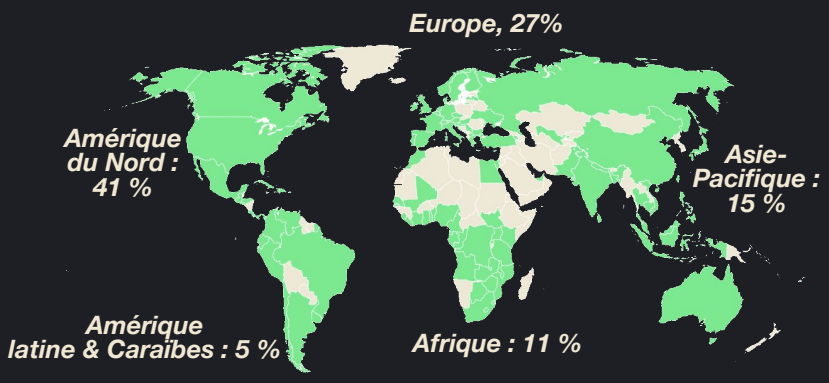
2 PERSONNE NON BINAIRE : PERSONNE DONT LE GENRE N'EST NI EXCLUSIVEMENT HOMME NI EXCLUSIVEMENT FEMME (EN DEHORS DU SYSTÈME BINAIRE).

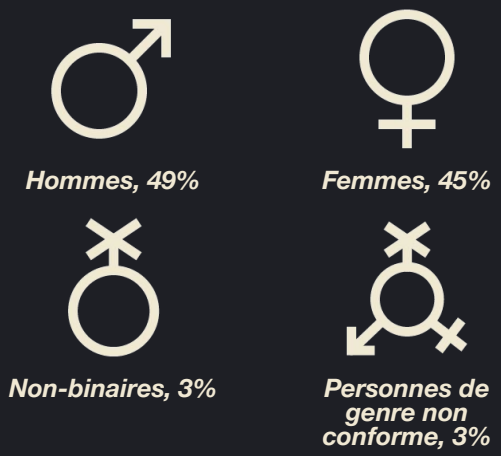
3 *PERSONNE CISGENRE : PERSONNE QUI S'IDENTIFIE AU GENRE QUI LUI A ÉTÉ ASSIGNÉ À LA NAISSANCE.*

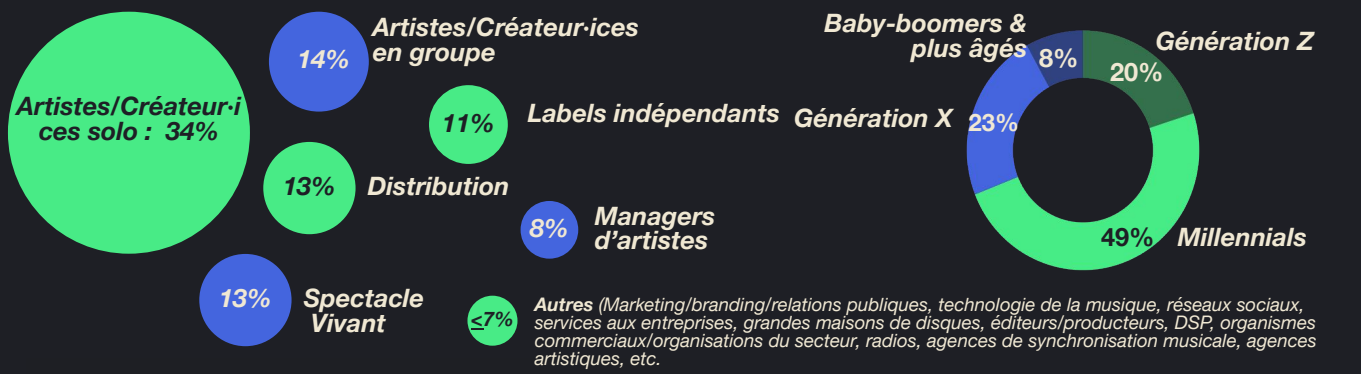
Méthodologie

SOYEZ LE CHANGEMENT : l'égalité des genres dans l'industrie de la musique est une étude annuelle menée parmi les professionnel·les et les créateur·ices qui a pour but d'analyser les disparités de genre dans le monde de la musique. Les données ont été collectées via un sondage en ligne diffusé dans le monde entier.

En 2023, Soyez le changement a interrogé **1 656 créateur·ices et professionnel·les et de la musique** de **109 pays** dans le monde. La composition de l'échantillon est détaillée ci-dessous :







Remarque : *les références à la moyenne du secteur sont basées sur l'échantillon de cette étude.*

Informations clés

L'ÉCART DE PERCEPTION

Dans l'industrie de la musique, il existe un grand décalage entre la représentation que nous avons de l'expérience que vivent les artistes, les professionnel·le·s du secteur et la réalité. **Presque 60%** des artistes et des professionnel·le·s estiment que les discriminations de genre sont un problème majeur. Les femmes et les personnes non binaires[1] sont **respectivement +28% et +46% susceptibles** de percevoir les discriminations de genre comme un problème comparé aux hommes (**-32% susceptibles**).

IDENTITÉS ET INTERSECTIONNALITÉ

Aux discriminations de genre s'ajoutent les discriminations touchant d'autres groupes marginalisés. Le manque de représentativité et le tokénisme complexifient l'expérience des femmes et des personnes de genre non conforme dans l'industrie musicale. Par exemple, les femmes issues des minorités ont **+114%** de chances d'estimer que la décision de les engager a été en partie motivée au regard de leur origine ethnique, raciale ou tribale, ou de leur pays d'origine.

HARCÈLEMENT ET VIOLENCES SEXUELLES

L'industrie de la musique recense un taux alarmant de harcèlement et de violences sexuelles, les femmes et les personnes de genre non conforme en étant les principales victimes, alors que les survivant·e·s n'ont accès à aucune ressource pertinente et que les agresseurs ne sont nullement inquiétés. **34%** des femmes, **42%** des personnes transgenres et **43%** des personnes non binaires indiquent avoir subi du harcèlement ou des violences sexuelles sur leur lieu de travail dans l'industrie de la musique.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

La question de la santé mentale est un enjeu essentiel pour les femmes, les personnes non binaires et les personnes transgenres dans l'industrie de la musique. **76%** des femmes, **89%** des personnes non binaires et **82%** des personnes transgenres sont plus susceptibles de faire état de problèmes de santé mentale depuis leur entrée dans le milieu. Les personnes handicapées sont également confrontées à un manque d'aménagements et d'accès à des ressources.

RECONNAISSANCE ET RÉMUNÉRATION

Les inégalités de rémunération continuent de frapper les femmes et les personnes de genre non conforme créateurs·rices ou professionnel·le·s de l'industrie, ce qui freine le développement d'une carrière florissante. Environ la moitié (**53%**) des personnes travaillant dans l'industrie musicale pensent que les hommes cisgenres[2] sont mieux payés que les autres. Enfin, la moitié des femmes indiquent avoir vu leur carrière ou leur expérience professionnelle, ou celle d'une autre personne, être dévalorisée, cela ayant un impact sur leurs revenus potentiels.

POSTES À RESPONSABILITÉS

Dans l'industrie musicale, les postes de pouvoir sont en règle générale moins occupés par des femmes ou des personnes de genre non conforme, et l'on constate l'existence de barrières à l'accès aux postes à responsabilités. **58%** des personnes interrogées ne pensent pas que l'égalité des chances de réussite existe dans le secteur. Les femmes (**+30%**), les minorités ethniques sous-représentées (**+30%**) et les personnes transgenres (**+74%**) ont davantage de risques de se voir écarté·e·s d'une promotion.

OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE

Les femmes (**+42%**) et les personnes transgenres (**+98%**) dans le secteur sont plus susceptibles de déclarer ne pas avoir accès à des opportunités de formation ou de développement professionnel. Il existe également des obstacles à l'entrée dans l'industrie musicale : seulement **41%** des créateurs·rices et des professionnel·le·s recommandent de poursuivre une carrière dans le milieu aujourd'hui (**22%** de personnes en plus recommandent de poursuivre une carrière dans le milieu si des progrès en matière d'égalité des genres étaient effectués).

Description de l'image : Chanteuse dans un studio d'enregistrement

SECTION 1

L'ÉCART DE PERCEPTION

Il est difficile de régler un problème alors même que certaines personnes nient son existence, et cela arrive d'autant plus fréquemment que l'on tente de définir l'impact des discriminations de genre au sein de l'industrie musicale.

Bien que **81 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie estiment qu'il existe bel et bien des discriminations dans le secteur, un peu moins de **60 %** d'entre elles et eux pensent que les discriminations *de genre* sont un problème majeur. C'est donc sans surprise que le genre des répondant·e·s se révèle être un facteur déterminant en ce qui concerne la croyance en l'existence de ce type de discriminations. Si **73 %** des femmes et **83 %** des personnes non binaires estiment que ces pratiques ont cours dans l'industrie musicale, seulement **39 %** des hommes interrogés sont d'accord avec cette affirmation.

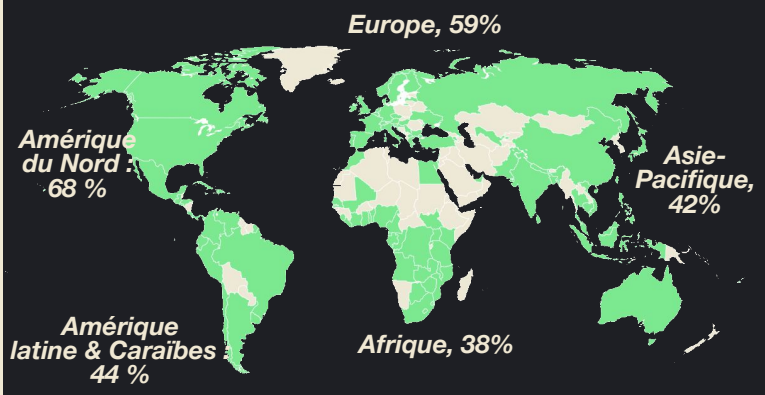
Ces statistiques reflètent la perception relative du milieu par rapport à d'autres : moins de la moitié (**46 %**) des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur jugeant l'industrie de la musique comme étant plus *progressive* en termes d'égalité des genres que les autres industries. À l'inverse, environ une personne sur quatre pense que l'industrie de la musique est *moins* progressive que les autres.

Des divergences de point de vue plus nettes apparaissent lorsque l'on s'attarde sur des groupes de personnes spécifiques. Le genre des répondant·e·s est ici encore un facteur net de division lorsqu'il s'agit d'évaluer le degré de progressisme en matière d'égalité des genres au sein de l'industrie musicale. Les créateurs et les professionnels de genre masculin sont davantage susceptibles de penser que cette industrie est *plus* avancée que les autres, alors que les femmes et les personnes de genre non conforme estiment qu'elle est *moins* avancée.

Aussi, il est intéressant de constater que cet écart de perception peut varier selon les pays. En Afrique et en Asie-Pacifique, les créateurs·rices et des professionnel·le·s de la musique ont moins tendance à voir les discriminations de genres comme un problème majeur.

PERCEPTION D'UN PROBLÈME

GRAPHIQUE 1 : *Veuillez indiquer les types de discrimination qui existent selon vous dans l'industrie de la musique, le cas échéant. Veuillez également indiquer dans quelle mesure chaque type de discrimination est un problème dans l'industrie de la musique.* ***(% de personnes ayant cité les discriminations de genre)***



Une analyse des différences de ressenti entre les genres dans le monde entier permet de démontrer qu'il existe un lien de corrélation direct entre l'expérience personnelle des discriminations de genre et un changement de perception envers ce type de discriminations.

SECTION 1

The Perception Gap

Description de l'image : personne portant des écouteurs assis sur le sol avec un ordinateur portable.

Cette étude indique que les femmes et les personnes de genre non conforme sont touchées de façon anormalement élevée par les discriminations de genre. Les femmes ont **+25 %** de risques de s'entendre dire qu'elles ne peuvent pas occuper un certain poste en raison de leur genre. Les personnes non binaires et les personnes transgenres ont respectivement **+200 %** et **+250 %** de risques de s'entendre dire la même chose.

Il est saisissant de remarquer que le respect de la diversité de genres dans un certain milieu ne rime pas nécessairement avec égalité des genres et meilleure perception du progrès sur ce sujet.

Par exemple, certains genres musicaux comptent plus de femmes que la moyenne comparés aux autres, comme la K-Pop (**+40 %**), la Pop-Top 40 (**+23 %**) et la Folk (**+13 %**). Pourtant, ces trois genres sont moins progressistes et il est davantage probable que les discriminations de genre y soient considérées comme un problème majeur.

Au regard de ces disparités flagrantes, il est indispensable de s'informer sur les dures réalités et les différentes expériences traversées par les femmes et les personnes de genre non conforme dans chaque recoin de l'industrie de la musique.

SECTION 2

IDENTITÉS ET INTERSECTIONNALITÉ

Bien que le cœur de ce rapport soit centré sur les discriminations de genre dans l'industrie de la musique, il reconnaît également que le genre ne représente qu'un seul des aspects qui influencent l'expérience globale d'une personne. L'identité est une chose complexe et il nous est impossible d'en ignorer certaines facettes lorsque nous sommes au travail. Les discriminations de genre ne peuvent pas être appréhendées sous un seul et unique angle, et il est inenvisageable de résoudre l'ensemble des problèmes à partir de l'expérience d'un seul groupe qui ne serait pas représentatif de toutes les identités et de tous les vécus. Dans le cadre de cette étude, nous avons interrogé un panel diversifié de professionnel·le·s de l'industrie et de créateurs·rices. Parmi elles et eux :

- **37 %** ont déclaré avoir un handicap,
- **34 %** ont déclaré être parents,
- **30 %** ont déclaré faire partie de la communauté LGBTQ+,
- **22 %** ont déclaré appartenir à une minorité raciale ou ethnique dans leur pays.

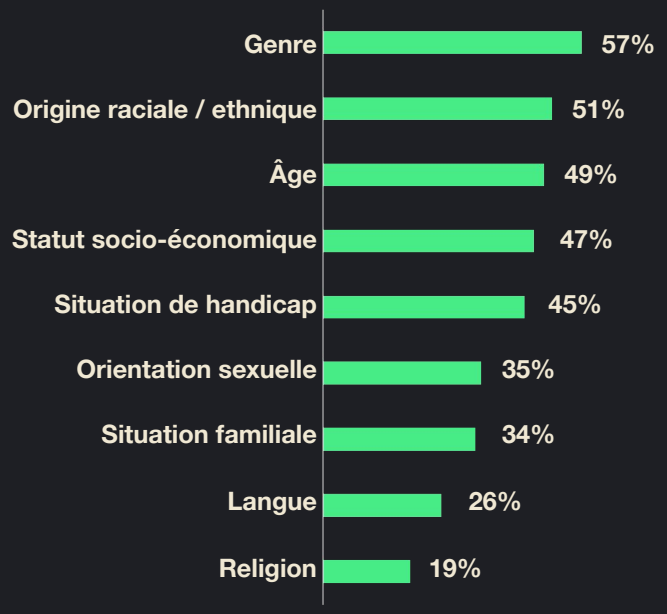
… en plus de nombreuses autres composantes essentielles de leur identité.

Nous savons qu'avoir une identité intersectionnelle[4] implique malheureusement une accumulation des types de discriminations sur le lieu de travail. Comme évoqué précédemment, seulement 57 % des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie estiment que les discriminations de genre constituent un problème majeur dans le secteur. Cependant, les discriminations liées aux origines raciales ou ethniques, à l'âge, à la classe sociale, au statut socio-économique, au handicap et à l'orientation sexuelle sont quant à elles toutes reconnues comme des problématiques urgentes.

À mesure que nous en apprenons plus sur les difficultés communes rencontrées par les créateurs·rices et les professionnel·le·s de la musique, les singularités de leurs diverses expériences sont également mises en lumière.

TYPES DE DISCRIMINATION

GRAPHIQUE 2 : *Veuillez indiquer les types de discrimination qui existent selon vous dans l'industrie de la musique, le cas échéant. Veuillez également indiquer dans quelle mesure chaque type de discrimination est un problème dans l'industrie de la musique.* ***(% de personnes par type de discriminations)***



MINORITÉS RACIALES ET ETHNIQUES

Les personnes issues des minorités raciales ou ethniques sont moins susceptibles de penser que l'industrie de la musique est un milieu progressiste en termes d'égalité des genres, comparée aux autres secteurs. Il ressort également que ces personnes sont largement plus touchées par des discriminations en raison *à la fois* de leur genre et de leur identité raciale ou ethnique.

[4] IDENTITÉ INTERSECTIONNELLE (ÉGALEMENT « INTERSECTIONNALITÉ ») : FAIT RÉFÉRENCE AUX DIFFÉRENTS EFFETS DES MULTIPLES FORMES DE DISCRIMINATIONS (RACISME, SEXISME, CLASSISME, ETC.) ET À LEUR MANIÈRE COMPLEXE ET CUMULATIVE DE SE COMBINER, DE FUSIONNER ET DE SE CROISER, EN PARTICULIER POUR LES INDIVIDU·E·S OU GROUPES MARGINALISÉS.

SECTION 2

IDENTITÉS ET INTERSECTIONNALITÉ

Description de l'image : personne chantant dans le microphone.

Les créateurs·rices et les professionnel·le·s issu·e·s des minorités font face à davantage de discriminations, tôt dans leur carrière : **+30 %** de ces personnes sont susceptibles de s'entendre dire qu'ils ou elles ne peuvent pas occuper un certain poste en raison de leur identité raciale, ethnique, tribale ou de leur pays d'origine. Parmi les répondant·e·s, **une personne sur quatre** pense avoir été engagée précisément en raison de son appartenance à une minorité (p. ex. tokénisme[5]). À l'inverse, presque **une personne sur cinq** est convaincue de *ne pas* avoir obtenu son poste en raison de son appartenance à une minorité.

Le manque de diversité raciale et ethnique, ainsi que ses retombées, s'observe depuis longtemps au sein de l'industrie musicale. Le rapport de **2022** sur la diversité dans **l'industrie musicale de UK** Music a révélé que seulement un cinquième des employé·e·s du secteur étaient des personnes noires, asiatiques ou issues d'une minorité ethnique, une proportion qui s'est avérée avoir baissé depuis la précédente analyse deux ans auparavant[6].

En prenant le genre en considération, les femmes issues des minorités ont **+114 %** de risques de penser que la décision de les engager a été en partie motivée par leur origine ethnique, raciale ou tribale, ou de leur pays d'origine. Comme il arrive que les attentes qui pèsent en matière de représentativité à l'embauche ne soient pas forcément appliquées pour les bonnes raisons, certaines personnes à l'identité multiple se sentent concernées par la pratique du tokénisme et redoutent de « servir à remplir des quotas » dans l'industrie de la musique.

Les inégalités et la lutte pour l'acceptation des femmes issues des minorités dans l'industrie se jouent et se déroulent en ce moment même : comme l'indiquent les résultats de l'organisation à but non lucratif Women in CTRL, aucune femme noire n'occupait un poste de PDG ou de présidente dans aucun des 11 grands conseils d'administration de l'industrie de la musique au Royaume-Uni en 2020 et en 2021[7].

L'USC Annenberg Inclusion Initiative (AII) a également établi des conclusions similaires. Dans son rapport annuel sur l'inclusion dans l'industrie de la musique, l'organisation s'est penchée sur les dirigeant·e·s principaux·ales au sein de 6 branches spécifiques : les groupes musicaux, les labels, les éditeurs, la radio, le streaming et les concerts.
Sur un échantillon de **119 entreprises différentes**, il a été établi que : « dans l'ensemble, **17,6 %** des 125 cadres supérieur·e·s interrogé·e·s (p. ex. PDG, président·e, directeur·rice) appartiennent à un groupe racial ou ethnique sous-représenté, et que **10,4 %** d'entre elles et eux sont des personnes noires. Les femmes comptent dans l'ensemble pour **12,8 %**, mais les femmes racisées ne représentent quant à elles que **3,2 %** de ces cadres supérieur·e·s.»

[5] TOKÉNISME : PRATIQUE QUI CONSISTE À NE FAIRE QUE LES EFFORTS MINIMUMS OU SYMBOLIQUES AU REGARD D'UNE DÉMARCHE SPÉCIFIQUE, COMME EN PARTICULIER EMBAUCHER UN PETIT NOMBRE DE PERSONNES ISSUES DE GROUPES SOUS-REPRÉSENTÉS DANS LE BUT DE FEINDRE L'ÉGALITÉ ÉTHIQUE OU DE GENRES AU SEIN D'UNE ÉQUIPE.
[6] UK MUSIC
[7] WOMEN IN CTRL
[8] USC ANNENBERG INCLUSION INITIATIVE

SECTION 2

IDENTITÉS ET INTERSECTIONNALITÉ

HANDICAP
Les créateurs·rices et les professionnel·le·s de l'industrie ayant un handicap doivent aussi spécifiquement faire face à l'ignorance et au manque de soutien sur leur lieu de travail. **Un cinquième** de ces personnes s'est vu dire qu'il ou elle ne pouvait pas occuper un poste en raison de leur handicap.

Cela est dû, en partie, à un manque de connaissances de la part de nombreux employeurs ou employeuses. Seulement **14 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur pensent que leur employeur·euse connaît la réglementation relative à l'accessibilité et aux aménagements du lieu de travail. En outre, les personnes qui estiment bénéficier des aménagements appropriés dans le cadre professionnel sont au triste nombre de **7 %**.

Les créateurs·rices et les professionnel·le·s handicapé·e·s ont également **+50 %** de risques de rencontrer des discriminations de genre, ce qui met en évidence le cumul des difficultés auxquelles font face les personnes à l'identité multiple dans l'industrie musicale.

Les créateurs·rices handicapé·e·s vivent plus particulièrement des expériences singulières dans ce milieu. Ces artistes ont **+35 %** de risques d'estimer qu'ils ou elles n'ont pas assez d'espaces sûrs à leur disposition pour enregistrer, faire la promotion de leur travail ou donner des concerts. Ces personnes doivent également composer avec des lieux de spectacle qui ne respectent pas les normes d'accessibilité.

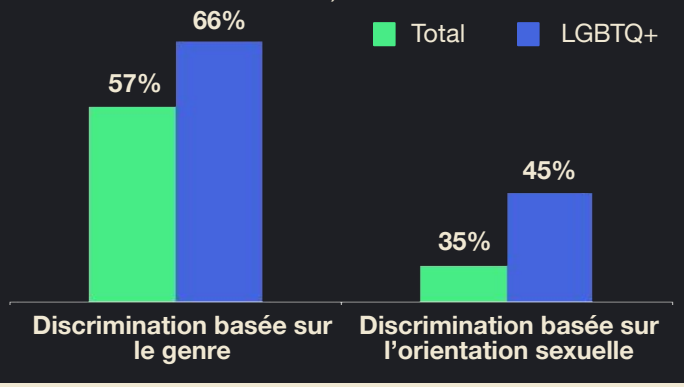
COMMUNAUTÉS LGBTQ+
Les créateurs·rices et les professionnel·le·s LGBTQ+ sont **+16 %** susceptibles de penser que les discriminations de genre représentent un problème majeur au sein de l'industrie musicale. Ils et elles ont **+29 %** de risques d'avoir le même avis en ce qui concerne les discriminations basées sur l'orientation sexuelle.

Les personnes LGBTQ+ sont souvent confrontées à des environnements de travail peu sûrs, ce qui impacte à la fois leur vie et leur carrière. Lorsqu'il ou elles sont interrogées sur leur expérience, **une personne sur quatre** déclare ne pas se sentir en sécurité ni en mesure de révéler son orientation sexuelle ou son identité de genre sur son lieu de travail. De nombreuses personnes ont également peur et s'abstiennent de discuter de leur vie personnelle avec leurs collègues. Comme l'a fait remarqué une personne répondante, les discriminations de genre affectent la communauté LGBTQ+ de diverses manières et elles émanent parfois de sources inattendues :

« nous parlons beaucoup des hommes cisgenres dans les conversations sur ces sujets, mais il se produit aussi beaucoup d'interactions au cours desquelles ce sont des femmes qui rabaissent, dénigrent, dévalorisent et méprisent des personnes trans, parce qu'elles pensent que les inclure dans le combat pourrait sans doute affaiblir leur pouvoir ou amoindrir leurs capacités. »

EXPÉRIENCE COMMUNAUTAIRE LGBTQ+

GRAPHIQUE 3 : *Veuillez indiquer quels types de discrimination, le cas échéant, existent selon vous dans l'industrie de la musique. (% d'accord ; discrimination fondée sur le sexe, l'orientation sexuelle)*



SECTION 2

IDENTITÉS ET INTERSECTIONNALITÉ

PARENTALITÉ
Devenir parent bouleverse la vie de toute personne, y compris celle des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie de la musique. **Un tiers** des parents qui travaillent dans le secteur pensent que les discriminations liées au statut familial, parental ou à la grossesse constituent un problème majeur.

Afin de mieux comprendre les expériences vécues par les parents dans le secteur, nous devons prendre en compte le fait que, dans ce cas précis, les familles des créateurs·rices et des professionnel·le·s en question sont également affectées.

Les parents ont besoin d'adapter leur méthode de travail, et souvent leurs horaires, pour pouvoir s'occuper de leur famille. Environ **un tiers** des parents travaillant dans l'industrie de la musique affirme qu'il est difficile de maintenir un équilibre satisfaisant entre vie professionnelle et vie privée. Une proportion similaire indique ressentir de la culpabilité lorsqu'ils ou elles doivent manquer un rendez-vous familial ou ne pas tenir un engagement personnel pour des raisons professionnelles.

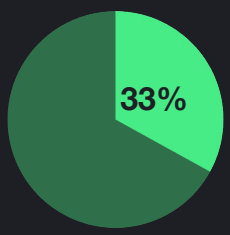
Les mères rapportent ressentir davantage de pression et de stress lorsqu'il s'agit d'équilibrer leurs différents rôles. Parmi les parents de tout genre, elles sont en moyenne davantage susceptibles d'avoir des difficultés à trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Une statistique très inquiétante révèle que les mères travaillant dans la musique ont également plus de risques de rencontrer des difficultés financières. 30 % de l'ensemble des parents rapportent qu'ils ou elles ne sont pas en mesure de couvrir leurs dépenses courantes basiques ou bien de se permettre beaucoup *plus* que ces dépenses. En revanche, une mère sur quatre indique explicitement que sa rémunération ne permet pas à sa famille de subvenir à ses besoins. Aussi, presque **40 %** des parents doivent assumer des frais supplémentaires de garde d'enfant pour pouvoir poursuivre leur carrière.

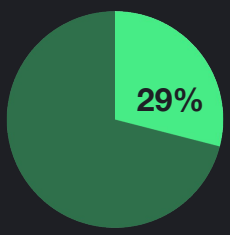
Il est irréaliste d'attendre des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur qu'ils et elles se donnent à 100 % dans leur travail, si nous n'acceptons pas l'ensemble des facettes qui composent leur identité et si nous ne leur mettons pas à disposition les ressources nécessaires en ce sens.

PARENTS QUI TRAVAILLENT

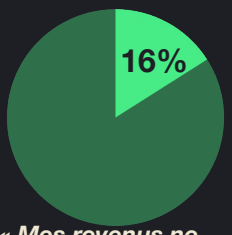
GRAPHIQUE 3 : *Veuillez indiquer les types de discrimination qui existent selon vous dans l'industrie de la musique, le cas échéant. (discrimination basée sur la situation familiale) ; En quoi le fait de devenir un parent ou tuteur·ice a-t-il affecté votre carrière ?*



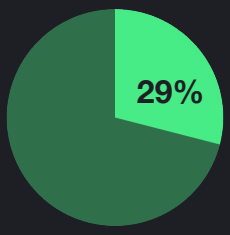
« La discrimination basée sur la situation familiale est un problème majeur. »



« Il m'est difficile de maintenir un équilibre entre ma vie privée et professionnelle. »



« Mes revenus ne couvrent pas les besoins de ma famille. »



« J'arrive tout juste à couvrir mes dépenses courantes. »

SECTION 3

HARCÈLEMENT ET VIOLENCES SEXUELLES

Avertissement : *cette section aborde différents aspects du harcèlement et des violences sexuelles. Veuillez lire avec prudence.*

Pour être clair, quel que soit le nombre de discussions ou de formations sur les discriminations qui se tiennent au sein de l'industrie de la musique, il est impératif de transformer les mots en actions.

Les créateurs·rices et les professionnel·le·s du secteur affirment que les discriminations de genre doivent cesser. Cependant, lorsque ces dernières se produisent malgré tout, des procédures doivent être mises en place afin de donner les ressources nécessaires à celles ou ceux qui en ont besoin, et les personnes à l'origine de ces actes doivent faire face à des conséquences.

Le harcèlement et les violences sexuelles, qui comptent parmi les discriminations les plus graves au travail, peuvent malheureusement toucher des personnes de tout genre, mais il n'est pas un secret que les femmes et les personnes de genre non conforme en sont de loin les plus affecté·e·s.

Description de l'image : personne portant des écouteurs chantant dans le microphone.

Les répondant·e·s ont été sond·é·s sur les conséquences de l'inaction envers le harcèlement et les violences sexuelles dans l'industrie musicale et sur la manière d'opérer le changement.

Une personne sur cinq parmi les créateurs·rices et les professionnel·le·s de l'industrie signale avoir été victime de harcèlement ou de violences sexuelles au travail. Les personnes touchées par les discriminations de genre sont davantage susceptibles d'être affectées par ce type de transgressions.

- **34 %** des femmes du secteur indiquent avoir été victimes de harcèlement ou de violences sexuelles sur leur lieu de travail (**70 % de plus** que la moyenne).
- **43 %** des personnes non binaires indiquent avoir été victimes de harcèlement ou de violences sexuelles sur leur lieu de travail (**115 % de plus** que la moyenne).
- **42 %** des personnes transgenres indiquent avoir été victimes de harcèlement ou de violences sexuelles sur leur lieu de travail (**110 % de plus** que la moyenne).

Il ne s'agit pas d'un problème nouveau. Comme rapporté dans les magazines *VICE* et *gal-dem*, DJ Rebekah a notamment tenu les propos suivants : **« je suis dans ce milieu depuis plus de 20 ans et rien n'a changé[9] »**, en réaction aux allégations d'agression sexuelle envers d'autres DJ. Rebekah est également à l'origine de la campagne #ForTheMusic qui permet aux victimes de harcèlement ou d'agressions sexuelles de partager leur histoire pour « sensibiliser les gens et combattre la culture du silence[10] » dans le monde de la Dance Music. Dans la présente étude, il est apparu que les personnes travaillant dans le milieu de l'EDM ont **+25 %** de risques d' être confrontées à du harcèlement ou à des violences sexuelles sur leur lieu de travail.

[9] VICE
[10] ME TOO - MUSIC

SECTION 3

HARCÈLEMENT ET VIOLENCES SEXUELLES

Les professionnel·le·s de l'industrie exerçant à des postes habituellement occupés par des hommes ont plus de risques de subir du harcèlement ou des violences sexuelles au travail. Les personnes travaillant dans la technologie de la musique, l'ingénierie et les réseaux sociaux sont plus susceptibles d'avoir été victimes de ce type d'actes. Ces chiffres sont d'autant plus éloquents que les femmes et les personnes de genre non conforme sont moins présent·e·s dans ces branches de l'industrie.

Les statistiques inquiétantes déjà évoquées le deviennent d'autant plus lorsque l'on constate que **34 %** de l'ensemble des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie ont été victimes ou témoins de harcèlement ou de violences sexuelles survenant sur leur lieu de travail. En regardant les chiffres par genre, on observe qu'environ la moitié des femmes et des personnes non binaires ont été touchées par ce type d'agissements ou en ont été témoins.

Les créateurs·rices constituent un groupe particulièrement vulnérable. Si **19 %** des créateurs·rices indiquent faire partie des victimes de ce genre d'actes, l'impact des discriminations de genre apparaît comme évident, puisqu'environ **40 %** des femmes et des personnes de genre non conforme ont été harcelées ou ont subi des violences sexuelles au travail.

À l'instar de l'EDM, ces préoccupations sont amplifiées dans certains genres musicaux particuliers. Lors de cette étude, nous avons remarqué que, par exemple, les créateurs·rices des milieux de la K-Pop (**31 %**) et de la Folk (**27 %**) rapportent se sentir sexualisé·e·s et ont davantage de risques d'avoir été victimes de harcèlement ou de violences sexuelles sur leur lieu de travail.

Les causes de ce problème s'avèrent être nombreuses.

- **70 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur estiment que les femmes sont trop sexualisées dans l'industrie musicale.
- **Plus de 60 %** d'entre elles et eux pensent qu'il est nécessaire de disposer d'espaces sûrs dans les studios et les salles de concert, entre autres, ainsi que sur Internet pour les personnes les plus à risques d'être prises pour cible, mais que ce n'est pas encore le cas.
- Enfin, presque l'intégralité, soit **97 %** des personnes ayant été touchées par du harcèlement ou des violences sexuelles dans le secteur ont eu le sentiment de ne pas avoir eu accès aux ressources appropriées après les faits.

EXPÉRIENCES APRÈS UN HARCÈLEMENT OU DES VIOLENCES SEXUELLES

GRAPHIQUE 4 : *Lorsque vous avez été victime de harcèlement sexuel/violences au travail, avez-vous vécu l'une des situations suivantes ? (Parmi les personnes concernées)*

31 % ***« Mes déclarations ont été ignorées ou n'ont pas été prises en considération. »***

17 % ***« On m'a dit de ne pas en parler. »***

13 % ***« J'ai pu le signaler à une autorité appropriée »***

7 % ***« J'ai reçu du soutien de la part des personnes à qui j'en ai parlé. »***

7 % ***« J'ai été licencié·e par la suite. »***

6 % ***« J'ai été rétrogradé·e par la suite. »***

3 % ***« J'ai eu accès aux ressources dont j'avais besoin. »***

SECTION 3

HARCÈLEMENT ET VIOLENCES SEXUELLES

Description de l'image : Personnes marchant sur une rampe avec des équipements de musique.

Non seulement le harcèlement et les violences sexuelles sont un problème majeur dans l'industrie (en particulier pour les femmes et les personnes de genre non conforme), mais la réaction, ou l'absence de réaction face à ce problème est tout aussi accablante.

Les témoignages des victimes nous apprennent que, non seulement les ressources indispensables sont inexistantes (comme précédemment mentionné), mais qu'il existe également un manque de soutien essentiel.

Notre étude a révélé que les faits de harcèlement et de violences sexuelles, bien que répandus, sont largement sous-signalés. Seulement **13 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s ayant été touché·e·s par ce type d'actes dans le secteur se sont senti·e·s à même ou ont pu signaler les faits à une autorité (au sein de leur entreprise ou aux forces de l'ordre).

Il existe donc clairement une défaillance au niveau des processus mis en place pour protéger les survivant·e·s de harcèlement ou de violences sexuelles dans l'industrie de la musique.

Qui plus est, parmi ces victimes, environ **une personne sur trois** s'est vue ignorée ou rejetée, et presque **une personne sur cinq** a reçu explicitement l'ordre de garder le silence.

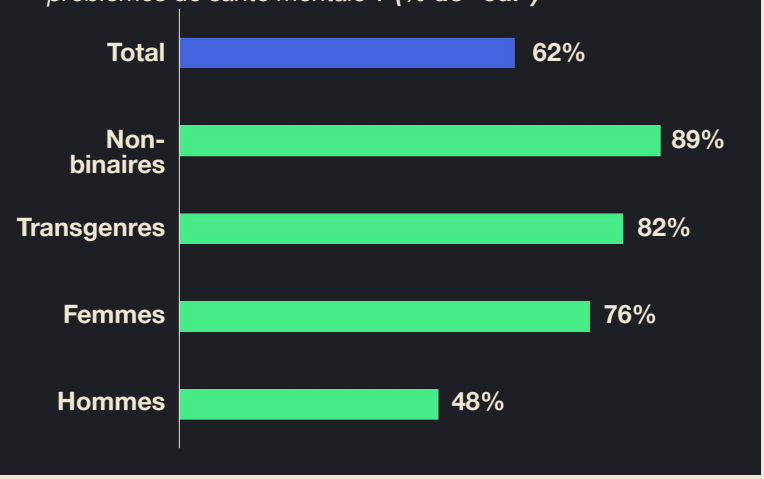
Ces actions ou ces manques d'action contribuent non seulement à retarder les progrès en faveur de l'égalité des genres, mais participent également au creusement de l'écart entre la perception et la réalité, créant ainsi une illusion de sécurité et d' égalité dans l'industrie de la musique.

SECTION 4

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

SANTÉ MENTALE

GRAPHIQUE 5 : *Depuis que vous travaillez dans l'industrie de la musique, avez-vous eu des problèmes de santé mentale ?* ***(% de "oui")***



Les expériences vécues au travail peuvent directement affecter le bien-être, la santé mentale et la santé physique, et cela vaut particulièrement pour les catégories de personnes sous-représentées et défavorisées au sein de l'industrie musicale. Durant cette étude, plus de **60 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie ont admis avoir eu des problèmes de santé mentale depuis leur entrée dans le milieu de la musique. En ce qui concerne les femmes, les personnes transgenres et les personnes non binaires, les chiffres grimpent respectivement à **76 %, 82 % et 89 %**. Ce phénomène est amplifié chez les personnes souffrant de troubles mentaux diagnostiqués. Ces statistiques alarmantes soulignent l'importance de mettre en place des services de santé mentale pour ces groupes. Des organisations telles que Music Minds Matter[11] œuvrent déjà en ce sens en proposant une assistance de cet ordre, **24 heures sur 24 et 7 jours sur 7**, aux professionnel·le·s de la musique basé·e·s au Royaume-Uni.

Bien que les actes de discrimination directe puissent être faciles à repérer, ils peuvent également se manifester de façon plus subtile. Presque une personne sur quatre rapporte avoir été écartée d'événements sociaux professionnels.

En revanche, pour les hommes, ce risque descend à **-43 %**, alors qu'il est de **+35 %** pour les femmes et de **+74 %** pour les personnes transgenres. Ce phénomène contribue à la perpétuation d'un entre-soi masculin, dans les studios, en tournée et sur les lieux de travail. Il accentue également le problème de progression professionnelle rencontré par les femmes et les personnes de genre non conforme dans l'industrie de la musique, puisqu'ils et elles sont moins susceptibles de nouer des relations au sein de leur entreprise, en étant ainsi exclu·e·s.

Outre le fait d'être fréquemment écarté·e·s d'évènements, de conversations et d'autres types d'activités, des problèmes de santé mentale peuvent aussi naître des préoccupations en matière de sécurité et de par des attitudes irrespectueuses à l'égard de certains types d'identités. Environ, deux tiers des personnes transgenres et/ou non binaires signalent que leurs pronoms ont été délibérément utilisés de façon incorrecte sur leur lieu de travail, ou qu'elles ont été témoins de cela envers une autre personne. Les répondant·e·s transgenres indiquent également avoir été appelé·e·s par leur deadname[12] par des collègues ou leurs responsables (**34 %**). Face à une telle exclusion et à de telles marques d'irrespect, il est logique que **27 %** des répondant·e·s LGBTQ+ déclarent ne pas se sentir à l'aise ou incapables de révéler leur orientation sexuelle ou leur identité de genre sur leur lieu de travail.

Néanmoins, la situation n'est pas aussi sombre qu'il n'y paraît.

[11] MUSIC MINDS MATTER

[12] APPELER PAR LE DEADNAME : DÉSIGNE LE FAIT D'UTILISER LE PRÉNOM ASSIGNÉ À LA NAISSANCE D'UNE PERSONNE, MALGRÉ UN REJET CLAIREMENT EXPRIMÉ. CETTE PRATIQUE EST SOUVENT UTILISÉE DE FAÇON À MANIFESTER DE L'IRRESPECT ENVERS L'IDENTITÉ OU L'EXPRESSION DE GENRE D'UNE PERSONNE, ET S'ACCOMPAGNE SOUVENT D'UNE MAUVAISE UTILISATION DES PRONOMS.

SECTION 4

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Lorsqu'elles existent, les ressources en matière de santé mentale sont utilisées à bon escient. Les répondant·e·s y ayant eu accès ont indiqué avoir eu recours aux méthodes suivantes : thérapie ou conseils en santé mentale (**50 %**), modification de l'emploi du temps professionnel (**36 %**), médicaments (**33 %**), éducation à la santé mentale (**29 %**).

Mais lorsque de tels moyens ne sont pas à disposition, des organisations à but non lucratif comme Backline[13] et MusiCares[14] peuvent apporter une aide. Créées pour les créateurs·rices et les professionnel·le·s de l'industrie musicale, elles proposent des ressources en matière de santé mentale et de bien-être, des services de santé et d'autres dispositifs de soutien. De plus, des organisations comme Blackline fournissent des listes de ressources complètes d'autres organisations offrant un soutien spécifiquement adapté aux personnes aux identités intersectionnelles ou aux besoins uniques. MusiCares met également l'accent sur l'inclusion dans tous les services qu'elle propose. Bien que des organisations tentent de combler le manque de ressources, beaucoup reste à faire pour améliorer le cadre dans lequel les créateurs·rices et des professionnel·le·s évoluent au quotidien.

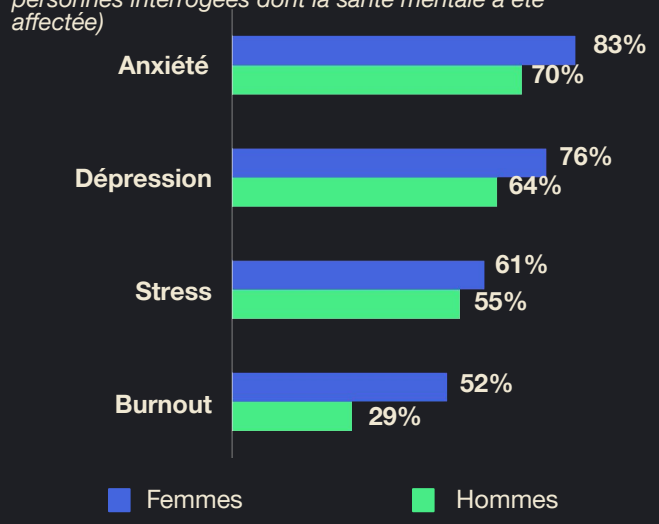
HANDICAP ET ACCESSIBILITÉ

Le vécu sur le lieu de travail peut avoir un impact encore plus grand sur la santé et le bien-être des personnes handicapées. Un tiers du nombre total de répondant·e·s ayant indiqué faire partie de ce groupe, nous avons pu en apprendre plus sur la réalité des discriminations fondées sur le handicap. **16 %** de ces personnes signalent ne pas avoir pu bénéficier de certaines opportunités de carrière seulement en raison de la façon dont leur handicap a été perçu. De plus, les femmes et les personnes transgenres qui entrent également dans cette catégorie ont davantage été témoins ou se sont entendu dire personnellement que leur handicap les rend incapables d'accomplir pleinement leur travail dans le milieu (**26 %** et **38 %** respectivement).

Que les actes de discriminations soient flagrants ou subtils, il apparaît clairement qu'ils sont néanmoins très répandus, puisque la moitié des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie pensent que les discriminations fondées sur le handicap représentent un problème majeur.

SYMPTÔMES LIÉS À LA SANTÉ MENTALE

GRAPHIQUE 6 : *Si vous vous sentez à l'aise à l'idée d'en parler, de quels symptômes ou maladies diagnostiquées avez-vous souffert ? (Parmi les personnes interrogées dont la santé mentale a été affectée)*



[13] BACKLINE
[14] MUSICARES

SECTION 4

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Description de l'image : Personne utilisant un équipement de production musicale.

Il convient également de rappeler que tous les handicaps ne sont pas visibles. Si beaucoup de personnes pensent aux handicaps physiques lorsqu'elles entendent le mot « handicap », ce terme a pourtant une définition beaucoup plus complexe. Parmi les répondant·e·s à l'étude ayant indiqué avoir un handicap, **57 %** déclarent avoir un handicap physique, **67 %** un handicap mental et **70 %** un handicap cognitif. Les femmes et les personnes transgenres sont davantage susceptibles de compter parmi les personnes à handicap, à hauteur de **+16 %** et **+89 %** respectivement. Quel que soit le degré de visibilité, de complexité et de gravité du handicap, il est essentiel de veiller à ce que les ressources et les aménagements pertinents existent pour garantir aux personnes concernées les mêmes chances de se faire une place dans l'industrie que les personnes non handicapé·e·s. Cet enjeu est d'autant plus important que l'on se doit de prendre en compte l'ensemble des différentes tâches que peut impliquer le fait de travailler dans la musique, comme partir en tournée, voyager, lire un contrat, etc.

Même si l'existence de moyens de soutien est un point fondamental, le travail à accomplir va cependant au-delà. La question de l'accessibilité est extrêmement importante au sein de l'industrie de la musique.

Seulement 7 % des répondant·e·s ont déclaré avoir accès aux aménagements nécessaires à leur accueil dans l'industrie de la musique.

Ces aménagements peuvent, entre autres, prendre la forme d'audio-description ou de textes en braille ou imprimés en gros caractères (p. ex. pour la lecture de contrats), il peut aussi s'agir d'horaires de travail flexibles permettant de gérer certains symptômes ou handicaps (ce qui peut s'avérer particulièrement nécessaire pour les personnes travaillant dans la branche contraignante des tournées). L'industrie démontre également un déficit en termes d'accès équivalent aux services de santé pour les personnes aux besoins liés à un handicap (p. ex. couverture adéquate pour les médicaments, spécialistes formés).

Au regard de leurs expériences au sein de l'industrie musicale, les répondant·e·s handicapé·e·s nous apprennent que les besoins en matière d'accessibilité ne sont souvent pas respectés et que les questions restent bien souvent sans réponse. D'ailleurs, seulement **14 %** de ces personnes affirment disposer d'un·e interlocuteur·rice pour aborder les questions d'accessibilité. Les créateurs·rices sont encore plus impacté·e·s par ce problème, ces personnes ayant **-21 %** de chances de pouvoir s'adresser à un·e interlocuteur·rice de ce type. En outre, seulement **14 %** d'entre elles et eux estiment que leur employeur·euse est au fait de la réglementation en matière d'accessibilité et d'aménagements sur le lieu de travail.

Au vu du très faible soutien dont bénéficient les personnes rencontrant des problèmes de santé dans l'industrie de la musique, il peut être difficile d'envisager l'avenir avec confiance.

SECTION 5

RECONNAISSANCE ET POSTES À RESPONSABILITÉS

ÉCARTS DE SALAIRES DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

GRAPHIQUE 7 : *Attitude envers l'industrie de la musique* ***(% de "oui")***

65 % « ***Il est généralement déconseillé de parler de salaires/de revenus avec les autres*** »

53 % « ***Les hommes cisgenres sont généralement mieux payés que l'ensemble dans l'industrie.*** »

85 % « ***Il n'y a pas assez de transparence sur les revenus et les bénéfices dans l'industrie.*** »

Si la passion donne de la musique de qualité et influe positivement sur les performances des employé·e·s, elle ne permet pourtant pas de payer les factures.

Des inégalités salariales existent dans toutes les branches de l'industrie musicale, quel que soit le type d'entreprise, le type de poste ou le profil sociologique des employé·e·s (p. ex. âge, genre, situation géographique, etc.). Environ **un tiers** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie dit ne pas être en mesure de couvrir ses dépenses courantes de base ou ne pas pouvoir se permettre beaucoup *plus* que ces dépenses. Même avec une carrière bien établie, les inégalités de genre persistent : environ **une femme sur quatre** révèle continuer à avoir des difficultés financières malgré une longue carrière. Retenons que les créateurs·rices ont **+31 %** de risques d'être dans une situation financière précaire comparé·e·s aux autres professionnel·le·s.

Il convient de reconnaître que les inégalités salariales, à l'instar de nombreuses pratiques de discriminations dans l'industrie de la musique, se traduisent différemment selon le genre. Environ la moitié (**53 %**) des professionnel·le·s pense que les hommes cisgenres[3] sont en règle générale mieux payés que les autres. Cependant, certaines personnes refusent d'admettre cette réalité, creusant ainsi davantage l'écart de perception évoqué longuement plus haut. Les hommes ont **-62 %** de chances d'être d'accord avec cette affirmation, alors que les femmes et les personnes non binaires sont davantage susceptibles de partager ce constat à hauteur de **+45 %** et **+64 %** respectivement.

La rémunération et les avantages, ainsi que les questions qui les entourent, sont rarement abordés dans l'industrie de la musique. Parmi l'ensemble des répondant·e·s, **65 %** d'entre elles et eux confirment qu'il est globalement peu conseillé de parler revenus ou rémunération avec d'autres personnes. Cette réticence à évoquer ce sujet a des conséquences concrètes, **60 %** des répondant·e·s étant d'accord avec l'idée qu'il existe un manque de transparence concernant les revenus et les avantages dans le secteur.

Les écarts de rémunération paraissent d'autant plus grands que l'on s'attarde sur les difficultés en matière de progression professionnelle rencontrées par certain·e·s créateurs·rices et professionnel·le·s. Environ **une femme sur trois** s'est vue écartée d'une promotion, ce qui a un impact direct sur le niveau de rémunération. Cela peut être dû, entre autres, au fait que plus de **40 %** des femmes signalent avoir vu leur expérience professionnelle dévalorisée, certaines personnes étant parties du principe qu'elles occupaient un poste de rang moins élevé que la réalité. Plus nombreuses encore sont celles qui indiquent ne pas s'être vues attribuer le crédit (**58 %**) ou la reconnaissance adéquate (**60 %**) pour leur travail.

SECTION 5

RECONNAISSANCE ET POSTES À RESPONSABILITÉS

Il n'est désormais plus acceptable de se contenter d'un unique token féminin à un poste de direction, et d'ignorer les autres femmes et personnes de genre non conforme. L'industrie musicale doit respecter l'égalité des genres et instaurer la diversité au sein des hiérarchies de toutes les entités, la mobilité professionnelle par l'attribution de promotions étant un outil essentiel à l'atteinte de cet objectif.

Comme l'a déclaré une personne interrogée : **« *ces dernières années, j'ai vu apparaître de nombreuses opportunités pour les femmes et les personnes queers [ou de genre non conforme]. En revanche, cela ne concernait que des postes de premier échelon et jamais des postes de cadre. Les postes stratégiques ou créatifs sont ceux où l'égalité des genres est la moins respectée. La division A&R dans la branche des labels en est un parfait exemple. »***

58% des personnes interrogées ne pensent pas que l'égalité des chances existe dans le secteur. Ce sentiment de disparité est en partie dû au fait que les femmes et les personnes de genre non conforme rencontrent des difficultés à gravir les échelons et à parvenir à des postes à responsabilités, comme l'a déclaré la personne précédemment citée.

En outre, comme le montre cette étude, les femmes ont particulièrement de mal à progresser professionnellement dans certaines professions ou genres musicaux. Les créatrices et les professionnelles de l'industrie qui exercent dans le milieu de la Country (**+39 %**), de la musique du monde (**+35 %**) et de la New Age (**+35 %**) indiquent être plus susceptibles de se voir écartées d'une promotion, tout comme les femmes travaillant à la radio (**+48 %**), pour une plateforme de streaming digital (**+39 %**) et dans le management artistique (**+39 %**).

Il apparaît qu'il existe un véritable désir de progression au sein de l'industrie musicale, auquel le manque d'opportunités ne permet pas de répondre pour de nombreuses personnes. Il est de la responsabilité des équipes de direction d'aider au développement de la carrière de leurs employé·e·s, en prévoyant les ressources, l'organisation et l'accompagnement nécessaires. Or, si la plupart des organisations ont mis en place ces outils fondamentaux, il existe toujours un fossé entre l'objectif et la réalité.

Après avoir constaté l'impact des difficultés d'accès aux promotions pour les femmes et les personnes de genre non conforme, il convient de se rappeler que des situations quotidiennes d'apparence anodine constituent en fait le point de départ de ces entraves à la progression **51 %** des femmes constatent ne pas avoir été conviées à participer à des conversations importantes, soit **+45 %** de risques que la moyenne, ce qui leur retire grandement la possibilité d'être impliquées dans les prises de décision capitales. Comment les femmes peuvent-elles progresser dans leur carrière et participer au développement de l'entreprise si elles ne peuvent pas se faire entendre et si elles sont exclues ? Toutefois, il ne suffit pas seulement d'inclure tout le monde dans les conversations pertinentes.

Description de l'image : personne assise sur un canapé en train d'écrire avec une guitare.

SECTION 5

RECONNAISSANCE ET POSTES À RESPONSABILITÉS

Description de l'image : Personne marchant dans la rue.

Même lorsque cette barrière est levée, il se produit encore des situations où les idées et les opinions des femmes et des personnes de genre non conforme ou issues de groupes sous-représentés sont tout simplement rejetées. L'étude montre que **35 %** des répondant·e·s se sont retrouvé·e·s dans une situation où leur opinion n'a pas été respectée par un·e autre créateurs·rices ou professionnel·le·s du secteur, mais lorsque l'on y regarde de plus près, les données indiquent que les femmes (**+45 %**), les personnes issues de groupes ethniques sous-représentés (**+14 %**) et les personnes transgenres (**+57 %**) sont les plus touché·e·s par ce phénomène dans l'industrie musicale.

L'expérience de ce type de comportements excluants ne fait pas qu'entraver le rythme de travail d'une personne. Ce type d'actions affecte également l'assurance et la confiance en soi, ainsi que l'envie de partager ses idées et son point de vue sur le long terme. Au bout du compte, tout le monde est perdant, même l'entreprise. Une personne interrogée s'est ainsi confiée : ***« mon plus gros problème, c'est que je suis totalement découragée parce que j'ai l'impression que toutes les voies vers le succès sont bloquées ».***

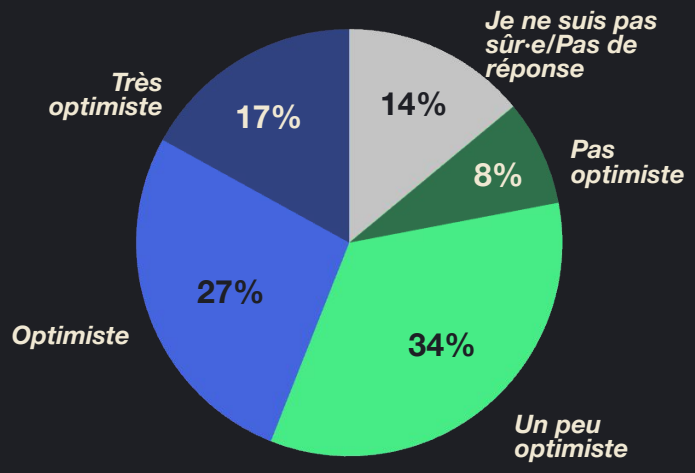
En même temps que nous luttons pour plus d' égalité des genres au travail et que nous parlons du vécu des personnes affectées par les discriminations de genre dans l'industrie de la musique, nous devons également appliquer des mesures sur le plan des revenus pour que tout le monde soit payé de façon appropriée, et nous devons faire en sorte que la progression professionnelle soit possible de manière égalitaire.

SECTION 6

OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE

OPTIMISME QUANT À L'ÉGALITÉ DES GENRES DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

GRAPHIQUE 8 : *Êtes-vous optimiste en ce qui concerne l' égalité des genres dans l'industrie de la musique ?*



Malgré un élan en faveur de l'égalité des genres aux postes à responsabilités, l'industrie musicale ne permet actuellement pas à toutes les catégories de personnes de poursuivre une carrière de manière égale. Ce phénomène n'a d'ailleurs pas seulement un impact sur les créateurs·rices et les professionnel·le·s du secteur, mais aussi sur l'industrie dans son ensemble.

Les répondant·e·s expriment un avis partagé lorsqu'on les interroge sur le fait de recommander ou non une carrière dans le milieu de la musique.

La raison de cette hésitation réside dans le fait que les femmes, les personnes de genre non conforme et les personnes issues de groupes raciaux ou ethniques sous-représentés ne disposent pas des mêmes perspectives de réussite que les autres dans l'industrie musicale.

Les femmes (**+42 %**) et les personnes transgenres (**+98 %**) dans le secteur sont davantage susceptibles de déclarer ne pas avoir accès à des opportunités de formation ou de développement professionnel.

Les créateurs·rices, qui n'ont souvent pas accès aux ressources et aux services présents dans les entreprises traditionnelles, sont durement touché·e·s par les inégalités en matière d'opportunités de développement de carrière. De plus, même lorsque ces opportunités se présentent, les créateurs·rices femmes (**21 %)** et non binaires (**31 %**) ont signalé que de telles initiatives ont été ressenties comme peu sincères ou inutilement compétitives en raison de leur rareté (**47 %** et **55 %** respectivement). Ainsi, pour beaucoup, il s'agit de créer soi-même ses propres opportunités.

Comment l'industrie musicale peut-elle faire en sorte de cultiver un environnement où l'ensemble des employé·e·s, actuel·le·s et à venir, peuvent réussir et progresser professionnellement ?

« Je suis fière de pouvoir dire qu'en 2023 les femmes ne sont pas que de simples voix dans des chansons. Nous écrivons et nous composons notre propre musique. Depuis 2021, j'ai écrit et sorti trois albums, dont un album de film. Je suis rassurée à l'idée que l'avenir de ma carrière n'est pas entre les mains de personnes susceptibles de me faire travailler. Je peux décider moi-même et mener ma propre barque. »

Shalmali Kholgade (Inde) - Believe

SECTION 7

Solutions

Pour chaque problème abordé jusqu'à présent, nous présentons également les solutions proposées par les créateurs·rices et les professionnel·le·s de l'industrie interrogé·e·s dans le cadre de cette étude.

RÉDUIRE L'ÉCART
Malgré l'écart de perception évident abordé précédemment, des signes d'espoir permettent de penser que le problème n'est pas insurmontable et qu'il existe plusieurs pistes d'action vers davantage d'égalité dans l'industrie musicale.

CONVERSATIONS OUVERTES
Tout commence par les conversations. **70 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur disent se sentir à l'aise et ouvert·e·s à l'idée d'aborder les problématiques d'égalité sociale sur leur lieu de travail. Plus nombreuses encore (**73 %**) sont les personnes qui pensent avoir un rôle à jouer dans le fait de faire de l'industrie de la musique un milieu plus égalitaire pour tous les genres. Cette majorité doit faire en sorte de transformer sa pensée en actions, puisque la plupart reconnaît qu'un certain degré d'inégalité existe dans le milieu, et que seulement **27 %** de personnes pensent que « tout le monde a les mêmes chances de réussir dans l'industrie musicale ».

Toutefois, comme nous le savons, les conversations ne sont qu'un point de départ et des actions plus concrètes et durables doivent être menées pour voir opérer un véritable changement dans les expériences vécues par les personnes de tout genre dans l'industrie de la musique. Comme l'a notamment déclaré une personne interrogée : ***« j'ai vu apparaître diverses initiatives visant à améliorer l'égalité des genres. C'est une bonne chose, mais j'ai aussi remarqué qu'elles sont ponctuelles et souvent à court terme. Cela ne les rend pas totalement inefficaces, mais leur impact en est tout de même limité… Des financements à plus long terme aideraient à ce qu'elles aient davantage d'effets ».***

FORMATION ET ESPACES D'APPRENTISSAGE
À ces conversations doivent également s'ajouter l'éducation et la sensibilisation. **70 %** des personnes travaillant dans le secteur indiquent que des formations sur la manière d'aller au-delà des préjugés et de désapprendre les stéréotypes dans le cadre du travail sont nécessaires. Ils et elles sont également presque aussi nombreux·ses à penser que des formations sur les discriminations de genre (**67 %**), notamment centrées sur comment être un allié pertinent au travail pour les hommes cisgenres (**66 %**), sont indispensables pour faire progresser l'égalité des genres dans l'industrie de la musique. Il est clair que la notion d'alliance est au centre de l'enjeu de la réduction de l'écart de perception. Cela est particulièrement vrai pour les branches de l'industrie où la représentativité est la plus basse, comme le milieu du Hip-Hop/Rap et de l'Afropop, qui s'avèrent être les genres comptant le moins de femmes et de personnes de genre non conforme, comme l'a révélé cette étude.

Il est tout aussi essentiel que les actions de sensibilisation contre les discriminations de genre se déroulent dans un environnement sans jugement, mais néanmoins honnêtes et directes.

Description de l'image : personne tenant une guitare écrivant dans un cahier.

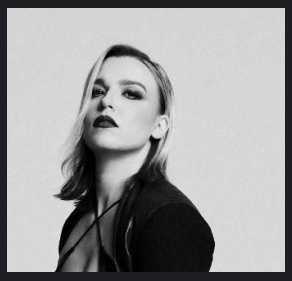
SECTION 7

Solutions

Plus d'un tiers des membres de l'industrie affirme qu'ils ou elles ont peur de « ne pas dire ce qu'il faut » sur ce sujet. Tout en sachant cela, il est important d'admettre que chaque personne peut avoir une opinion différente et que chacun suit sa propre évolution à mesure qu'il ou elle s'informe sur ces questions et opère des changements dans sa propre vie. Ainsi, il convient d'accepter tout le monde, quel que soit le stade de réflexion.

Les groupes de ressources des employé·e·s (GRE), dont disposent déjà de nombreuses entreprises de l'industrie de la musique, constituent de bons cadres pour accueillir les personnes là où elles en sont. Plus de **60 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s sont d'accord pour dire que ce type de groupes aident à faire avancer l'égalité des genres dans l'industrie de la musique. De tels GRE existent déjà dans la communauté musicale, comme c'est le cas chez Spotify avec les groupes « Women » et « Remix » qui s'adressent aux employé·e·s de tous les genres et de toutes les identités[15].

Et bien que la responsabilité d'éduquer les autres et de trouver des solutions à leur propre oppression ne doit pas incomber aux femmes ni aux personnes non binaires ou trans, ils et elles peuvent toutefois être des allié·e·s important·e·s pour identifier les forces et les faiblesses d'un lieu de travail spécifique. **51 %** des femmes, **51 %** des personnes non binaires et **40 %** des personnes transgenres indiquent être plus souvent tenu·e·s à l'écart de certaines conversations que leurs collègues hommes cisgenres, un manquement qui doit être corrigé, alors que nous nous penchons sur l'avancement de l'égalité des genres dans l'industrie musicale.



« Je n'ai pas choisi la musique pour devenir une porte-parole des femmes ni pour me battre pour avoir le droit d'être là. J'ai intégré ce milieu parce que je veux créer et jouer ma propre musique. Adolescente, au moment de me lancer, je ne savais rien, je n'étais pas préparée et je n'avais pas conscience du sexisme et des inégalités auxquels j'allais devoir faire face, juste à cause de mon genre. À y repenser maintenant, je suis contente d'avoir été naïve au début de mon parcours, mais cette douce ignorance a quand même rapidement disparu pour se transformer en défiance. Telles des centaines de petites coupures de rasoir, ces difficultés ont commencé à faire partie de ma vie, une chose avec laquelle il faut "composer" à chaque étape du chemin. Je n'ai pas eu d'autre choix que d'accepter ces cicatrices et de m'en servir pour alimenter ma volonté de réussir. Mais je n'aurais pas dû avoir à faire ça. J'aurais dû avoir droit à la même chose que mes homologues masculins, à savoir : la liberté.

Il est inspirant de voir des actions telles que l'étude "Soyez le changement" de Believe, TuneCore et Luminate, surtout lorsque l'on apprend que deux tiers des membres de l'industrie de la musique veulent que plus de femmes et de personnes non cisgenres accèdent à des postes de pouvoir dans le secteur. En tant que femmes et en tant que minorités, il est important que nous parlions de nos combats, pour commencer à parcourir le chemin que les générations futures devront continuer de suivre. Il est impératif que ces générations sachent que les inégalités auxquelles nous faisons face aujourd'hui ne sont pas normales, qu'elles sont intolérables et qu'il n'est pas acceptable de se contenter d'un "c'est comme ça". Il est indispensable que nous nous unissons tous pour nous opposer fermement au statu quo, pour que les prochaines grandes artistes féminines ne se sentent plus ralenties par de lourdes chaînes inutiles. »

Lzzy Hale

[15] SPOTIFY

SECTION 7

Solutions

La mise en œuvre de ces changements sur le lieu de travail est un devoir que de nombreux·ses membres de l'industrie musicale souhaitent imposer aux entreprises et aux cadres supérieur·e·s. **Plus de la moitié** des créateurs·rices et des professionnel·le·s pensent que les entreprises, et plus particulièrement les cadres supérieur·e·s, sont les acteurs·rices du changement les plus aptes à lutter pour l'égalité des genres dans l'industrie musicale. Alors, à quoi ressemble ce changement et comment réduire l' écart de perception ?

QUI PEUT IMPULSER LE CHANGEMENT

GRAPHIQUE 9 : *Selon vous, qui a le pouvoir d'impulser des changements en faveur de l'égalité des genres dans la musique ? (Ne s'excluent pas mutuellement)*

RÉÉVALUER ET AFFRONTER LA RÉALITÉ
Le progrès devient possible sur le lieu de travail, et les écarts de perception peuvent se corriger, lorsque les personnes développent des relations et collaborent pour atteindre un objectif commun. À l'inverse, le travail s'arrête quand la relation est rompue. Ces relations ne doivent pas être sacrifiées au profit d'un objectif sous-jacent, car alors, les deux parties en souffrent.

En œuvrant au développement de telles relations sincères, il est indispensable de reconnaître et de valider tous les aspects qui composent notre identité personnelle et celle des autres. Faire tomber les barrières administratives qui empêchent d'être pleinement soi-même au travail et changer les stéréotypes sociaux dominants en matière d'identité, deux problèmes répandus dans l'industrie musicale, peut permettre d'avoir un impact positif sur les différentes expériences vécues par les individu·e·s, que celles-ci soient influencées par leur genre ou par d'autres facteurs.

RÉINVENTER LES ENTRETIENS D'EMBAUCHE
Le premier obstacle que toute personne travaillant dans le secteur de la musique doit surmonter se présente avant même le premier jour de travail : l'entretien d'embauche.

La majorité des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur sont d'accord pour dire qu'il n'est jamais trop tôt pour contrecarrer les discriminations sur le lieu de travail. **57 %** d'entre elles et eux approuvent la suppression des informations personnelles (genre, âge, origine ethnique, etc.) lors du recrutement. Les créateurs·rices et les professionnel·le·s issu·e·s des minorités, qui sont les plus susceptibles d' être touché·e·s par les stéréotypes à l'embauche, soutiennent encore plus cette démarche.

Certaines entités du milieu ont même adopté des pratiques de ce genre dans des environnements non traditionnels.

SECTION 7

Solutions

Le Gender Action Portal de la Harvard Kennedy School a révélé dans un article que les auditions pour les orchestres réalisées à l'aveugle ont permis de réduire le sexisme à l'embauche et d'augmenter le nombre de musiciennes recrutées[16]. Des évolutions dans les pratiques de recrutement de ce type, d'autant plus qu'elles touchent particulièrement les créateurs·rices, s'observent depuis les années 50 dans des contextes particuliers similaires. Cependant, l'industrie musicale dans son ensemble devrait prendre exemple sur ces pratiques et s'inspirer des avancées réalisées.

Il est également nécessaire d'aller vers plus de représentativité du côté des personnes en charge du recrutement. Deux tiers des membres de l'industrie soutiennent la création de comités de recrutement diversifiés. Lorsque l'on se penche sur les catégories de personnes les plus susceptibles d'être touchées par des discriminations, les femmes, les personnes non binaires et les personnes transgenres sont d'accord avec l'affirmation précédente à hauteur de **78 %**, **87 %** et **76 %** respectivement. Les personnes issues des minorités raciales ou ethniques partagent également ce point de vue à hauteur de **71 %**, tout comme les personnes présentant un handicap (**75 %**).

Description de l'image : personne chantant dans le microphone.

L'industrie musicale ne manque pas de créateurs·rices et de candidat·e·s qualifié·e·s et passionné·e·s de tout profil, il est donc plus que temps que le milieu bénéficie de tout ce que ces personnes ont à apporter.

CHANGER LES MODES DE PENSÉES

Les personnes occupant des postes de pouvoir peuvent également avoir une très forte influence sur la façon dont les équipes sont formées. 80 % des cadres supérieur·e·s veulent veiller à ce que davantage de femmes et de personnes de genre non conforme occupent des postes à responsabilités et souhaitent opérer des changements en ce sens, par des actions telles que la formation de comités de recrutement diversifiés (**79 %**) et la suppression des données personnelles à l'embauche (**79 %**).

Comme évoqué plus haut dans ce rapport, chaque membre du secteur de la musique démarre son travail de réflexion d'un point différent, dans une industrie en constante évolution et qui tend vers plus d'égalité des genres. Environ un tiers des créateurs·rices et des professionnel·le·s du secteur…

« … ont peur de ne pas dire ce qu'il faut lorsqu'il est question du genre ».

« … pensent que les définitions des différentes identités deviennent trop compliquées ».

« … estiment que les formations sur la diversité prennent les gens de haut ».

Plutôt que d'envisager ces opinions comme des obstacles à plus d'égalité des genres, il convient plutôt de les aborder comme des occasions de dialoguer ouvertement.

[16] GENDER ACTION PORTAL, HARVARD KENNEDY SCHOOL

SECTION 7

Solutions

Une approche adaptée est donc nécessaire pour ne pas aliéner celles et ceux qui partagent ces avis. La formation ou le mentorat entre homologues sont des outils qui favorisent des échanges plus suivis et plus ouverts. Ces méthodes sont à l'opposé des formations ponctuelles organisées par des organismes extérieurs qui ne connaissent pas personnellement les individu·e·s et les entités concernés. Elles peuvent également servir à contrecarrer l'idée que « les formations sur la diversité prennent les gens de haut », tout en valorisant les relations existantes au sein de l'industrie musicale.

En choisissant le modèle entre homologues, il est possible de tirer partie des **64 %** de créateurs·rices et de professionnel·le·s de l'industrie qui affirment savoir comment s'y prendre pour créer un environnement de travail égalitaire pour tous les genres. En revanche, faire appel à un·e spécialiste externe pour commencer à *initier* ce type de discussions à l'avantage d' éviter tout conflit d'intérêts potentiel et de constituer une intervention plus objective.

Il est essentiel de s'engager à créer un environnement de travail inclusif pour que de telles formations puissent avoir lieu. Cet engagement est soutenu par **71 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie. Presque autant de personnes approuvent la mise en place d'échanges sur la question de l'égalité des genres au travail (**70 %**). Par exemple, l'organisation Keychange[17] a décidé de porter auprès des acteurs du secteur un engagement visant à « créer un réseau de festivals et d'organisations engagés à tendre et à parvenir à l'inclusion dans l'ensemble de l'industrie de la musique ». Cette initiative a d'ailleurs connu un grand succès, avec **plus de 600** festivals et organisations œuvrant en faveur de cet objectif.

PRÉVENIR, PLUTÔT QUE GUÉRIR

Comme vous vous en souvenez sûrement, nous avons déjà évoqué l'une des manifestations les plus graves des discriminations de genre sur le lieu de travail. Comprendre que, au-delà des apparences, des actes de harcèlement et de violences sexuelles se produisent bel et bien dans l'industrie de la musique est absolument essentiel. Pour combattre cela, il n'est pas seulement nécessaire de sensibiliser et d'instaurer des règles, il est également indispensable de faire en sorte que les victimes puissent signaler ce qui leur est arrivé et que les ressources pertinentes soient à leur disposition.

Sensibiliser : faites prendre conscience à tous et toutes des nombreuses formes (p. ex. contact physique inapproprié/non désiré, proposition d'opportunité contre des faveurs sexuelles, etc.) et des nombreux endroits (p. ex. studio d'enregistrement, salle de spectacle, bureaux d'entreprise) où peuvent survenir des actes de harcèlement ou de violences sexuelles dans l'industrie de la musique.

Instaurer des règles : appliquez une politique de tolérance zéro qui définit clairement les attentes en matière de comportement sur le lieu de travail, quel que soit l'environnement, ainsi que les répercussions en cas d'actes de harcèlement ou de violences sexuelles.

Signaler : comme le révèle l'enquête parlementaire britannique en cours sur la misogynie dans la musique (menée par la commission des femmes et de l'égalité de la Chambre des communes), l'utilisation de clauses de non-divulgation dans les arrangements juridiques empêche les victimes de harcèlement ou de violences sexuelles de parler de leur histoire. Vic Bain, fondatrice de The F-List for Music, a fait remarquer que les femmes qui souhaiteraient s'exprimer ne sont légalement pas en mesure de le faire[18].

[17] KEYCHANGE
[18] THE F-LIST FOR MUSIC

SECTION 7

Solutions

« Réussir dans cette industrie demande deux fois plus d'efforts aux femmes qu'aux hommes. Durant mes 20 années à composer de la musique mexicaine régionale, je n'ai vu, par année en moyenne, qu'une seule femme apparaître dans le Top 50, et encore, pas tous les ans. Cela vient s'ajouter aux freins auxquels les femmes artistes doivent faire face, comme devoir se battre pour paraître crédibles, tout en étant constamment critiquées sur leur apparence et leur physique d'une façon très différente des hommes. Les personnes qui ont le pouvoir de décider quelles chansons sont enregistrées doivent reconnaître que la tâche de réduire les inégalités de genres leur revient en donnant plus d'occasions aux autrices-compositrices de se faire entendre. Si nous continuons de faire ce travail, j'espère que nous pourrons tous voir le nombre de femmes qui réussissent augmenter, de façon à refléter tout le talent qu'elles apportent à l'industrie musicale. »

Erika Vidrio (Mexique) - TuneCore

De plus, il est nécessaire de mettre en place de mesures protégeant les survivant·e·s ainsi que leur capacité à signaler les faits. Cela peut donc supposer la suppression de ces fameuses clauses de non-divulgation et d'autres documents juridiquement contraignants souvent utilisés dans le secteur.

Cependant, pour les créateurs·rices qui travaillent dans des environnements non traditionnels, les étapes pour combattre le harcèlement et les violences sexuelles avant même qu'ils ne se produisent peuvent prendre des formes légèrement différentes.

Combattre de front : remettez en question l'idée que la société se fait de « l'artiste ». Actuellement, **70 %** des répondant·e·s pensent que les femmes sont particulièrement sexualisées dans l'industrie de la musique et **36 %** des créateurs·rices non masculins cisgenres[19] se sont senti·e·s sexualisé·e·s.

Créer : offrez des espaces de travail sûrs aux créateurs·rices. **80 %** d'entre elles et eux ne disposent pas de tels espaces pour enregistrer, faire leur promotion ou donner des concerts. **29 %** des créateurs·rices femmes et de genre non conforme se sont retrouvé·e·s dans des environnements dangereux en raison d'horaires de travail atypiques.

Les mesures suivantes peuvent, entre autres, permettre de protéger les créateurs·rices :

- étendre les horaires de disponibilité des studios d'enregistrement (en journée, par exemple) et organiser des évènements tels que des sessions d'enregistrement réservées aux femmes,
- désigner des zones sans alcool ni drogues dans les lieux de spectacle et les studios d'enregistrement,
- introduire davantage de représentativité dans la composition des équipes travaillant dans ces espaces.

Il se trouve d'ailleurs que ce type d'espaces existe déjà par endroits et que leur nombre grandit chaque année. Le studio Women's Audio Mission à San Francisco est « le seul studio d'enregistrement professionnel au monde construit spécialement et entièrement dirigé par des femmes et des personnes de genre non conforme[20] ». La Women in Salone Music Organisation en Sierra Leone détient et dirige également un autre studio d'enregistrement « pour les femmes et les jeunes filles qui désirent faire et enregistrer de la musique », dans le but « d'aider les musiciennes en abordant les problèmes auxquelles elles peuvent être confrontées, en encourageant leur créativité et en leur donnant la visibilité dont elles ont besoin pour devenir des figures de proue de l'industrie musicale en Sierra Leone[21] ».

[19] NNON-CISGENRE : PERSONNE DONT L'IDENTITÉ DE GENRE NE CORRESPOND PAS AU SEXE ATTRIBUÉ À LA NAISSANCE.
[20] WOMEN'S AUDIO MISSION
[21] WOMEN IN SALONE MUSIC ORGANISATION

SECTION 7

Solutions

AGIR IMMÉDIATEMENT
En cas de harcèlement ou de violences sexuelles, les survivant·e·s et les dirigeant·e·s doivent suivre des étapes claires.

Signaler : prévoyez des espaces (en personne et en ligne, nominatifs et anonymes) dans lesquels les personnes peuvent rapporter des cas de harcèlement ou de violences sexuelles. Cette mesure permettra d'aider les **97 %** de personnes qui n'ont pas pu signaler ce qui leur est arrivé. Cela est d'autant plus important au regard de ce que nous apprend *Raising Their Voices*, un rapport indépendant sur le harcèlement sexuel dans l'industrie musicale australienne. Comme le souligne le magazine *NME*, le rapport révèle que « seulement [**3 %** des personnes ayant été victimes de harcèlement ou de violences sexuelles] ont déposé une plainte formelle[22] ».

Intervenir : enquêtez sur chaque cas de harcèlement ou de violences sexuelles signalé et prévoyez des procédures claires pour intervenir dès que les circonstances l'exigent.

Les procédures qui touchent le lieu de travail doivent autant inclure des dispositions contre les discriminations et le harcèlement en personne qu'en ligne.

Cette mesure est importante puisque **58 %** de l'ensemble des répondant·e·s ont indiqué avoir été témoins d'actes de discrimination sur le net.

C'est également l'occasion de promouvoir l'avènement d'un Internet plus sûr et de prôner la responsabilisation des utilisateurs·rices dans les espaces virtuels. Ces mesures sont soutenues par **71 %** de l'ensemble des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie (par **79 %** des femmes et par **77 %** des créateurs·rices en particulier).

Sanctionner : adoptez et appliquez fermement des mesures disciplinaires à l'encontre des personnes qui enfreignent ces règles. **71 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie sont favorables à ce que les auteurs·rices d'actes de harcèlement ou de violences sexuelles soient sanctionné·e·s.

Les carrières des victimes ne doivent également pas souffrir de retombées de par la survenue des faits ni des suites de leur décision de les signaler.

CHANGEMENTS MAJEURS POUR L'ÉGALITÉ DES GENRES

***GRAPHIQUE 10** : Veuillez indiquer si vous pensez que l'industrie de la musique devrait impulser chacun des changements ci-dessous et, le cas échéant, si vous sentez ou non que ce changement a déjà été initié.*

74 %
« Octroyer le même salaire aux employées et personnes de genre non conforme qu'aux hommes cisgenres »

72 %
« Fournir des ressources aux personnes touchées par les discriminations de genre »

72 %
« S'engager à la transparence salariale dans les offres d'emploi »

72 %
« Fournir des opportunités de réseautage aux femmes et aux personnes de genre non conforme »

71 %
« S'engager à créer un environnement de travail inclusif »

71 %
« Offrir des possibilités de mentorat pour les femmes et les personnes de genre non conforme. »

71 %
« Promouvoir des espaces sûrs en lignes et plaider pour la prise de responsabilité sur les réseaux sociaux »

[22] NME

SECTION 7

Solutions

Description de l'image : personne chantant dans un microphone jouant de la guitare.

RÉPONDRE AUX BESOINS ET FAIRE TOMBER LES BARRIÈRES
Lorsqu'il s'agit d'établir des mesures et de trouver des solutions équitables en matière de sécurité, de représentativité et de ressources, il est essentiel d'inclure des personnes appartenant à des groupes défavorisés dans le processus de prise de décision.

ADOPTER UNE APPROCHE PROACTIVE
L'une des principales barrières à l'accès aux soins de santé mentale est, entre autres, le manque d'information au sujet des aménagements possibles et sur la manière d'en bénéficier.

De nombreuses personnes parmi les créateurs·rices et les professionnel·le·s de l'industrie intérrogé·e·s ne sont pas certain·e·s de connaître les ressources à leur disposition en matière de santé mentale. Environ une personne sur quatre ne sait pas si elle a la possibilité de participer à des groupes de soutien ou à une formation sur la santé mentale. Les membres de l'industrie musicale bénéficient rarement de séances de thérapie ou de conseils, de traitement médicamenteux ou d'horaires de travail modifiés.

Comme l'indique cette étude, les femmes et les personnes non binaires ont plus de risques de déclarer des problèmes de santé mentale lorsqu'ils et elles rejoignent le milieu de la musique (**+23 %** et **+44 %** respectivement). Afin de combler ce manque de soins, des créateurs·rices ont décidé de devenir elles-mêmes les fers de lance de cette cause. Selena Gomez, Mandy Teefy (la mère de Selena) et Daniella Pierson ont co-fondé Wondermind, présenté comme « le premier écosystème de santé mentale au monde[23] ». Megan Thee Stallion a également créé le site Bad Bitches Have Bad Days Too[24] qui met à disposition des ressources en matière de santé mentale à destination de la communauté noire et aux personnes LGBTQ+ racisées.

[23] WONDERMIND
[24] BAD BITCHES HAVE BAD DAYS TOO

SECTION 7

Solutions

AMÉNAGER POUR PERMETTRE DE BRILLER
L'industrie doit trouver des solutions d'aménagements permettant aux créateurs·rices et aux professionnel·le·s de l'industrie avec un handicap de s'épanouir dans leur environnement professionnel. Nous savons que les femmes et les personnes de genre non conforme handicapées sont d'autant plus affectées qu'ils et elles sont également touché·e·s par les discriminations de genre, en plus de celles basées sur le handicap. Ainsi, lorsqu'il est question d'élaborer des solutions pour mieux accueillir les personnes handicapées dans l'industrie, il est également nécessaire de faire tomber les barrières en matière de sexisme.

Comme indiqué précédemment, **86 %** des membres de l'industrie présentant un handicap indiquent ne pas avoir d'interlocuteur·rice avec qui évoquer les problématiques d'accessibilité. La situation est d'autant plus sérieuse que **près d'une femme** handicapée **sur cinq** dans l'industrie déclare avoir été victime de discriminations en raison de son handicap, et **qu'une femme sur six** indique avoir été victime de discriminations de genre.

Les créateurs·rices handicapé·e·s en particulier se battent déjà en faveur, non seulement d'une plus grande sensibilisation, mais aussi du développement des opportunités pour les personnes au sein du secteur de la musique. Par exemple, l'organisation Recording Artists and Music Professionals with Disabilities (RAMPD), fondée par la militante et musicienne de studio primée Lachi, travaille à « mettre en lien entre les industries de la musique, du divertissement et de l'événementiel avec un réseau mondial en plein essor de professionnel·le·s de la musique handicapé·e·s[25] ». Le secteur doit également programmer davantage de femmes et de créateurs·rices non cisgenres, une mesure soutenue par **73 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie ayant un handicap.

Description de l'image : personne chantant dans un microphone jouant de la guitare.

[25] RAMPD

SECTION 7

Solutions

REVENUS DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

GRAPHIQUE 11 : *Attitudes envers l'industrie de la musique.* ***(% de personnes d'accord****) ; Veuillez indiquer si vous pensez que l'industrie de la musique devrait impulser chacun des changements ci-dessous et, le cas échéant, si vous sentez ou non que ce changement a déjà été initié.*

53%
« Les hommes cisgenres sont généralement mieux payés que l'ensemble dans l'industrie. »

74 %
« Octroyer le même salaire aux employées et personnes de genre non conforme qu'aux hommes cisgenres »

SUPPRIMER LES INÉGALITÉS DE REVENUS

Même lorsque les ressources sont en place, l'industrie de la musique doit encore combattre les écarts de rémunération et veiller à ce que tout le monde puisse correctement gagner sa vie. Changer le discours sur la question des revenus est une responsabilité qui incombe de façon inhérente aux employeurs·euses.

Instaurer la transparence : Les futur·e·s employé·e·s de l'industrie musicale doivent être en mesure de savoir si leur salaire va leur permettre de subvenir à leurs besoins. **72 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie souhaitent que les entreprises appliquent la transparence salariale dans les descriptifs de poste (à l'instar de la loi récemment adoptée par la ville de New York, qui oblige les employeurs·euses à inclure une fourchette de rémunération dans les descriptifs de poste).

Payer équitablement : Il convient de se rappeler que **53 %** des membres du secteur pensent que les hommes cisgenres sont globalement mieux payés que les autres. **74 %** des créateurs·rices et des professionnel·le·s de la musique reconnaissent qu'un changement est indispensable, et que l'industrie doit rémunérer les femmes et les personnes de genre non conforme de la même façon que les hommes cisgenres.

Parmi les illustrations très médiatisées de ces inégalités de revenus figure le cas du groupe Haim qui s'est séparé de son tourneur en 2017, après avoir appris que le trio avait été payé dix fois moins qu'un homologue masculin (travaillant avec le même tourneur) pour jouer dans le même festival[26].

Cet enjeu est encore plus crucial pour les parents. Une mère sur quatre révèle que ses revenus ne lui permettent pas de couvrir les besoins de sa famille. Les inégalités de revenus fondées sur le genre ne font pas qu'impacter la personne qui les gagne, elles ont également des répercussions sur l'ensemble du foyer.

À l'inverse, Spotify apporte un exemple de soutien parental remarquable, rarement observé en dehors des pays nordiques. Depuis 2016, la plateforme digitale offre à tous ses employé·e·s du monde entier un congé parental flexible de six mois rémunéré à 100 % aux parents de tous les genres[27].

Cette mesure serait-elle une avancée importante en termes d'égalité des genres au travail, qui reflète également les attentes du secteur ? En un mot, oui. La moitié des membres de l'industrie interrogé·e·s ont explicitement affirmé que l' égalité passe nécessairement par une rémunération égale pour travail égal, quel que soit le genre. Néanmoins, la question de la rémunération doit avancer en parallèle de celle des égalités d'opportunités dans l'industrie musicale.

[26] REFINERY29
[27] SPOTIFY

SECTION 7

Solutions

Attribuer des promotions consciemment : Recevoir une promotion est en règle générale synonyme d'augmentation des revenus, mais les écarts de rémunération se creusent lorsque les avancements pourtant mérités ne sont pas attribués de façon égalitaire pour toutes les catégories de personnes. Les femmes (**30 %**), les personnes non binaires (**34 %**) et les personnes transgenres (**39 %**) ont davantage de risques de se voir écarté·e·s d'une promotion que leurs homologues masculins (**-35 %**) ou cisgenres (**-4 %**), moins touchés que la moyenne par ce phénomène.

Historiquement, ce sont les hommes qui occupent la majorité des postes de pouvoir dans l'industrie de la musique[28], mais désormais, deux tiers des membres du secteur veulent voir plus de femmes et des personnes de genre non conforme les remplacer.

Pour les créateurs·rices, la réduction des écarts de revenus passe avant tout par une égalité d'opportunités. Presque **60 %** d'entre elles et eux, dont près de **80 %** des femmes et des personnes de genre non conforme, veulent voir introduire plus de diversité de genre dans la programmation des concerts.

DES EFFORTS À TOUS LES NIVEAUX

Il est clair qu'offrir plus d'opportunités est l'une des solutions principales pour faire avancer l' égalité des genres dans l'industrie de la musique. L'un des moyens de garantir l'égalité des chances en matière d'avancement consiste à exiger une liste diversifiée de candidat·e·s *qualifié·e·s* avant de passer aux premiers entretiens de sélection. La notion de qualification est ici clé, car les candidat·e·s compétent·e·s de tout profil ne manquent aucunement. Si vous ne parvenez pas à les trouver, c'est que vous ne les cherchez pas correctement.

La bonne nouvelle est qu'il existe de nombreuses organisations remplies de membres très divers·e·s et parfaitement compétents, qui seront ravi·e·s de collaborer avec vous lors de vos processus de recrutement. Keychange, Women in Music[29], The Digilogue[30], Queer Capita[31] et Gritty in Pink (par le biais de sa plateforme INPINK[32]) font régulièrement circuler des offres d'emploi, mettent en avant des talents disponibles auprès de leurs membres, et peuvent s'avérer être de bons partenaires dans vos efforts vers plus d'égalité des genres au sein de vos équipes.

MENTORAT ET RÉSEAUTAGE

Donner davantage de poids aux membres du secteur grâce aux relations et au partage du savoir est une méthode à ne pas ignorer. 72 % des créateurs·rices et des professionnel·le·s de l'industrie comprennent les avantages de la création d'opportunités de réseautage pour les femmes et les personnes de genre non conforme. Cette mesure permet de construire une communauté de personnes partageant la même vision et d'offrir un espace sûr pour échanger des idées et des connaissances sur le secteur. SheSaidSo, une organisation qui œuvre pour l' émergence d'une « communauté mondiale indépendante de femmes et de personnes de genre non conforme dans l'industrie de la musique », est un véritable paradis pour ce qui est des évènements de ce type[33].

Avant toute chose, il convient de commencer par déconstruire l'idée que tout le monde dispose des mêmes chances de réussite. 68 % des répondant·e·s pensent que définir des chemins de progression professionnelle clairs pour les femmes et les personnes de genre non conforme peut avoir un impact positif. Lorsqu'il est question d'attribuer des promotions, se focaliser sur le développement des individu·e·s, plutôt que d'adopter une approche en entonnoir à l'emporte-pièce, peut également permettre de mettre en évidence et de valoriser des atouts uniques qui autrement auraient pu être ignorés.

[28] USC ANNENBERG INCLUSION INITIATIVE
[29] WOMEN IN MUSIC
[30] THE DIGILOGUE
[31] QUEER CAPITA
[32] INPINK
[33] SHESAIDSO

SECTION 7

Solutions

« Pour moi, être dans l'industrie de la musique est un défi constant. Il est indéniable que c'est plus difficile pour une femme que pour un homme, pas seulement à cause du genre, mais aussi à cause de l'âge : plus l'on vieillit, plus il faut se réinventer et plus être prise au sérieux demande de l'énergie. Néanmoins, j'ai eu la chance dans ma carrière de travailler avec d'autres femmes exceptionnelles qui partagent toutes la même idée : la détermination est source de satisfaction et nous guérit de la solitude. Travailler avec d'autres personnes apporte une certaine forme de cohérence à mon travail. Je pense aussi que l'empathie est un trait qui distingue les femmes. Être capable de comprendre l'autre et ses idées, pouvoir réunir plusieurs esprits dans le respect, c'est précisément ce genre de défis que j'aime dans ce travail, car le travail d'équipe est essentiel. »

Beatrice Dellacasa (Italie) - Believe Label & Artist Solutions

DIVERSITÉ AUX POSTES À RESPONSABILITÉS
Inciter les membres de l'industrie musicale au changement peut prendre diverses formes, mais il existe peu de moyens plus efficaces que de faire émerger des exemples à suivre, **deux personnes sur trois** souhaitant voir davantage de femmes et de personnes de genre non conforme occuper des postes à responsabilités.

Non seulement avoir des personnes de différents points de vue et parcours à la tête d'une entité s'avère être bénéfique, mais cela permet également aux plus jeunes employé·e·s de disposer de modèles auxquels s'identifier pour l'avenir.

LES ACTIONS VALENT PLUS QUE LES MOTS
Bien que les solutions présentées dans ce rapport ne soient pas exhaustives, il s'agit d'actions que l'industrie musicale peut entreprendre et qui peuvent contribuer à faire progresser l'égalité des genres dans le secteur. Elles sont également soutenues par les personnes interrogées dans le cadre de notre étude.

- Proposer des opportunités de mentorat pour les femmes et les personnes de genre non conforme (soutenue à **71 %**).
- Définir des chemins de progression professionnelle clairs pour les femmes et les personnes de genre non conforme (soutenue à **69 %**).
- Programmer plus d'artistes femmes et de genre non conforme lors des concerts (soutenue à **67 %)**.

En réalité, il s'agit de changements déjà préconisés. Des initiatives comme #BookMoreWomen[34] et Diversify The Stage[35] œuvrent en faveur de l'inclusion des femmes et des minorités ethniques et de genre dans les concerts, les festivals et dans l'industrie de la musique au sens large. Dans leurs campagnes, elles prennent soin de détailler les différentes étapes clés que tous et toutes peuvent appliquer, que l'on soit créateur·rice ou cadre supérieur·e. Diversify The Stage met également les choses en pratique en offrant des possibilités de formation et de mentorat pour aider les personnes issues de communautés marginalisées à être programmées aux concerts et aux évènements.

[34] #BOOKMOREWOMEN
[35] DIVERSIFY THE STAGE

SECTION 7

Solutions

« Depuis toute petite, j'ai toujours voulu jouer de la guitare, chanter et écrire de la musique. En grandissant, j'ai su que j'étais différente et je me suis toujours demandée pourquoi le milieu voulait que je change d'apparence. J'ai alors compris que mon "image" n'allait pas et que j'aurais dû mal à être acceptée comme je suis. À cause de mon genre, le sexisme et les inégalités m'ont posé de vraies difficultés, mais j'ai décidé de transformer cette douleur en force et d'être moi-même de toute façon.

Le travail effectué avec l'étude "Soyez le changement", pour quantifier les expériences comme la mienne et celles d'autres personnes de toutes les identités de genre et de tous les niveaux d'expérience à travers le monde, est un excellent exemple de ce qu'il faut faire pour aider ces personnes à se faire entendre et à accéder à des postes de pouvoir et d'influence au sein de la communauté musicale. Il est essentiel d'accompagner les femmes dans cette démarche et de leur mettre à disposition une plateforme de poids pour qu'elles puissent s'exprimer. Je crois en l'amour des femmes, à la liberté et au fait de créer de nouvelles façons d'embellir nos existences au sein de nos différentes communautés musicales. »

Jessica Betts

Il est maintenant temps que le reste de l'industrie suive le mouvement.

L'ESPOIR D'UN AVENIR MEILLEUR
Malgré la situation actuelle, nous avons la possibilité de créer un meilleur avenir pour l'industrie de la musique. Les personnes interrogées se sont montrées optimistes quant à l'avancée de l'égalité des genres dans le secteur à hauteur de 78 %.

Ils et elles pensent que des progrès seront effectués durant les cinq prochaines années (34 %) ou d'ici six à dix ans (24 %). Seuls le temps et les mesures concrètement entreprises par le milieu nous permettront de déterminer quand les objectifs seront atteints, il est donc d'autant plus nécessaire de commencer à agir dès aujourd'hui.

Une personne interrogée a déclaré en conclusion : ***« pour moi, l'égalité des genres dans l'industrie musicale signifie que les hommes et les femmes doivent avoir les mêmes chances de réussite et d'être reconnu·e·s dans le milieu. Cela veut dire aussi salaire égal pour travail égal, parité aux postes de direction et égalité des chances de se produire et de faire entendre sa musique ».***

Si nous parvenons à intégrer ces changements, une industrie plus inclusive n'est peut-être pas un rêve si lointain.

S'il est certain que les choses ne changeront pas du jour au lendemain, les occasions d'aller dans le bon sens sont multiples. Il est donc désormais temps de commencer à gagner du terrain artiste par artiste, entreprise par entreprise, chanson par chanson.

SECTION 7

LE MOT DE LA FIN

Description de l'image : Alysha Brilla

« En tant que femme dans l'industrie de la musique, j'ai vu un changement se produire durant ces deux dernières décennies. Avant, il fallait s'endurcir, "se blinder", pour avoir une chance de survivre. Mais maintenant, nous remodelons les espaces existants, nous redistribuons les cartes et nous réinsufflons de la spiritualité dans la musique. Mon groupe est majoritairement composé de femmes et de musicien·ne·s non binaires, et les hommes merveilleux avec lesquels je travaille dégagent une énergie douce et harmonieuse. Il se dégage de nous un très fort sentiment d'écoute communautaire et de soutien interpersonnel, où que nous allions, dans les studios, sur scène ou dans les espaces que nous créons. La plupart des personnes que je connais, moi y compris, partagent le constat que les anciens modèles patriarcaux et extractifs ne fonctionnent tout simplement pas. Il est donc grisant de faire partie de cette vague révolutionnaire du milieu de la musique et au-delà, où le repos, la santé et le bien-être collectifs sont la priorité. »

Alysha Brilla (Canada) - TuneCore

Nous tenons à adresser nos remerciements et notre gratitude aux organisations suivantes pour leur contribution à cette étude : M.I. Therapy, PRS Foundation, Keychange EU, Keychange U.S., Shoobs, SheSaid.So, Music Business Association, Downtown Music, BMYD (association turque de labels indépendants), et bien d'autres.

Mesures à entreprendre

POUR L'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE MUSICALE

Faites un point sur la situation actuelle dans l'industrie en lisant et en menant des travaux de recherche sur l'égalité des genres dans ce milieu. Lisez l'étude ***Soyez le changement : l'égalité des genres dans l'industrie de la musique*** dans son intégralité ici.

Analysez la distribution des genres aux postes de cadre, de direction et au sein des comités, et **veillez à ce que la représentativité soit assurée** pour que ces équipes reflètent l'ensemble des personnes travaillant dans l'industrie musicale.

Encouragez le dialogue sur l'égalité des genres en créant des espaces de discussion (p. ex. ateliers, échanges avec des intervenants externes, etc.), tout en laissant aux personnes le temps d'apprendre, sans craindre de représailles ou de conséquences pour « ne pas avoir dit ce qu'il faut ».

Engagez-vous à rendre l'industrie de la musique plus inclusive en œuvrant activement à l'amélioration de la représentativité dans toutes les branches et à tous les niveaux.

Programmez plus d'artistes et de producteurs·rices femmes ou de genre non conforme pour des concerts et **tendez vers davantage de diversité et d'égalité des genres lorsque vous faites appel des créateurs·rices de l'ombre** comme les producteurs·rices, les auteurs·rices-compositeurs·rices, les ingénieur·e·s du son, etc.

Faites en sorte de multiplier le nombre d'espaces sûrs où les créateurs·rices peuvent enregistrer, faire la promotion de leur travail ou se produire (p. ex. étendre les heures de disponibilité des studios d'enregistrement, désigner des zones sans alcool ni drogues dans les lieux de spectacle, ouvrir des studios réservés aux femmes et aux personnes de genre non conforme, etc.).

Agissez dès maintenant ! ***SIGNEZ*** l'engagement mondial de l'organisation Keychange afin de préparer les différentes étapes de votre transition vers l'inclusion dans l'industrie musicale.

POUR LES RESSOURCES HUMAINES ET LES POSTES DE DIRECTION

Instaurez la transparence des salaires pour les descriptions de poste, appliquez le principe de salaire égal pour travail égal, quel que soit le genre, et **veillez à la représentativité dans les comités d'embauche** de façon à refléter la réalité de l'industrie.

Définissez des chemins de progression professionnelle clairs et investissez dans des opportunités de formation et de développement de carrière pour les femmes, les personnes de genre non conforme créateurs·rices ou professionnel·le·s de l'industrie.

Exigez des formations contre le harcèlement sexuel et des sessions de sensibilisation aux questions de genre obligatoires pour tous les employé·e·s.

Garantissez des espaces de parole anonymes et sans risque de représailles, en ligne ou en personne, pour permettre de signaler tout cas de discrimination survenu dans l'industrie musicale.

Mettez à disposition des ressources sur la santé mentale et **prévoyez des aménagements pour les personnes handicapées** dans tous les environnements de travail (p. ex. studios, tournées, etc.). Appuyez-vous également sur des ressources extérieures telles que ***Safe Tour***. En cas de besoin d'une assistance immédiate, consultez les sites suivants : **International Association for Suicide Prevention**, **Helpline Direct-Link**, et **Trans Lifeline** (Etats-Unis et Canada uniquement).

Agissez dès maintenant ! Consultez ces plateformes de réseautage ainsi que les profils qui s'y trouvent et découvrez toute sorte de professionnel·le·s de l'industrie et d'artistes femmes et de genre non conforme : ***INPINK Marketplace*** de Gritty in Pink, ***Sound Girls***, ***She Is The Music***, ***Amplify Her Voice***, et bien d'autres.

POUR LES HOMMES

Si vous ne savez pas pour où commencer, demandez à des femmes et à des personnes de genre non conforme de votre organisation quel serait le soutien le plus adapté.

Intervenez et prenez des mesures concrètes pour soutenir, défendre et œuvrer en faveur de vos collègues créateurs·rices et professionnel·le·s du secteur.

Faites appel à des femmes et des personnes de genre non conforme créateurs·rices ou professionnel·le·s de l'industrie lorsque vous construisez des équipes ou montez des projets.

Informez-vous sur les réalités que traversent les femmes et les personnes de genre non conforme, qui sont le fruit de pratiques discriminatoires historiques au sein de l'industrie de la musique.

Servez-vous de votre position de privilège pour appuyer les carrières des femmes et des personnes de genre non conforme et ainsi opérer une redistribution du pouvoir entre les genres.

Agissez dès maintenant ! Dénoncez en ligne ou en personne les discriminations sexistes perpétrées à l'encontre des femmes et des personnes de genre non conforme dans l'industrie musicale.

Mesures à entreprendre

POUR LES FEMMES ET LES PERSONNES DE GENRE NON CONFORME

Parlez de vos préoccupations en matière de sécurité et d'inégalités dans l'industrie de la musique en rapportant toute instance de discriminations de genre dont vous avez été victime ou témoin.

Pour les personnes occupant des postes à responsabilités, accompagnez les femmes et les personnes de genre non conforme de façon à former la prochaine génération de personnes à responsabilités dans l'industrie musicale.

Agissez dès maintenant ! Construisez ou rejoignez des réseaux professionnels (***Women in Music***, ***SheSaidSo***, ***Color of Music Collective***, ***Queer Capita***, ***etc.),*** emparez-vous de leurs ressources en matière de développement professionnel et saisissez les opportunités de réseautage.

POUR LES CRÉATEURS·RICES

Choisissez les membres de votre équipe avec soin et travaillez avec des organisations, des agents et des managers engagés sur la voie de l'égalité des genres (p. ex. le ***Reeperbahn Festival*** qui a adopté l'engagement de ***Keychange*** sur l'égalité des genres).

Engagez des femmes et des personnes de genre non conforme pour occuper des postes traditionnellement dominés par les hommes (p. ex. productrices, ingénieures du son, roadies, etc.). Des organisations comme ***#BookMoreWomen*** et ***Diversify The Stage*** donnent d'excellents exemples de bonnes pratiques en matière de programmation inclusive.

Faites entendre votre voix dans le domaine de la scène pour « partager l'espace » avec des femmes et des personnes de genre non conforme et ainsi donner plus d'opportunités et œuvrer en faveur des créateurs·rices de tout genre.

Désignez des espaces réservés aux femmes et aux personnes de genre non conforme pour vos fans pour qu'ils et elles puissent profiter de votre concert en toute sécurité (p. ex. la règle « Girls to the Front » portée par la chanteuse de Punk Rock Kathleen Hanna).

Faites des partenariats lors de vos concerts avec des organisations qui agissent en faveur de la création d'espaces sûrs pour les femmes et les personnes de genre non conforme pendant les spectacles (p. ex. la campagne ***#HereForTheMusic*** de ***Calling All Crows***, la lettre ouverte ***Safe Spaces Now*** de UN Women UK).

Prenez soin de votre santé et de votre bien-être personnel en ayant recours aux services mis à disposition des créateurs·rices de l'industrie de la musique (p. ex. ***Music Minds Matters***, ***Backline***, entre autres).

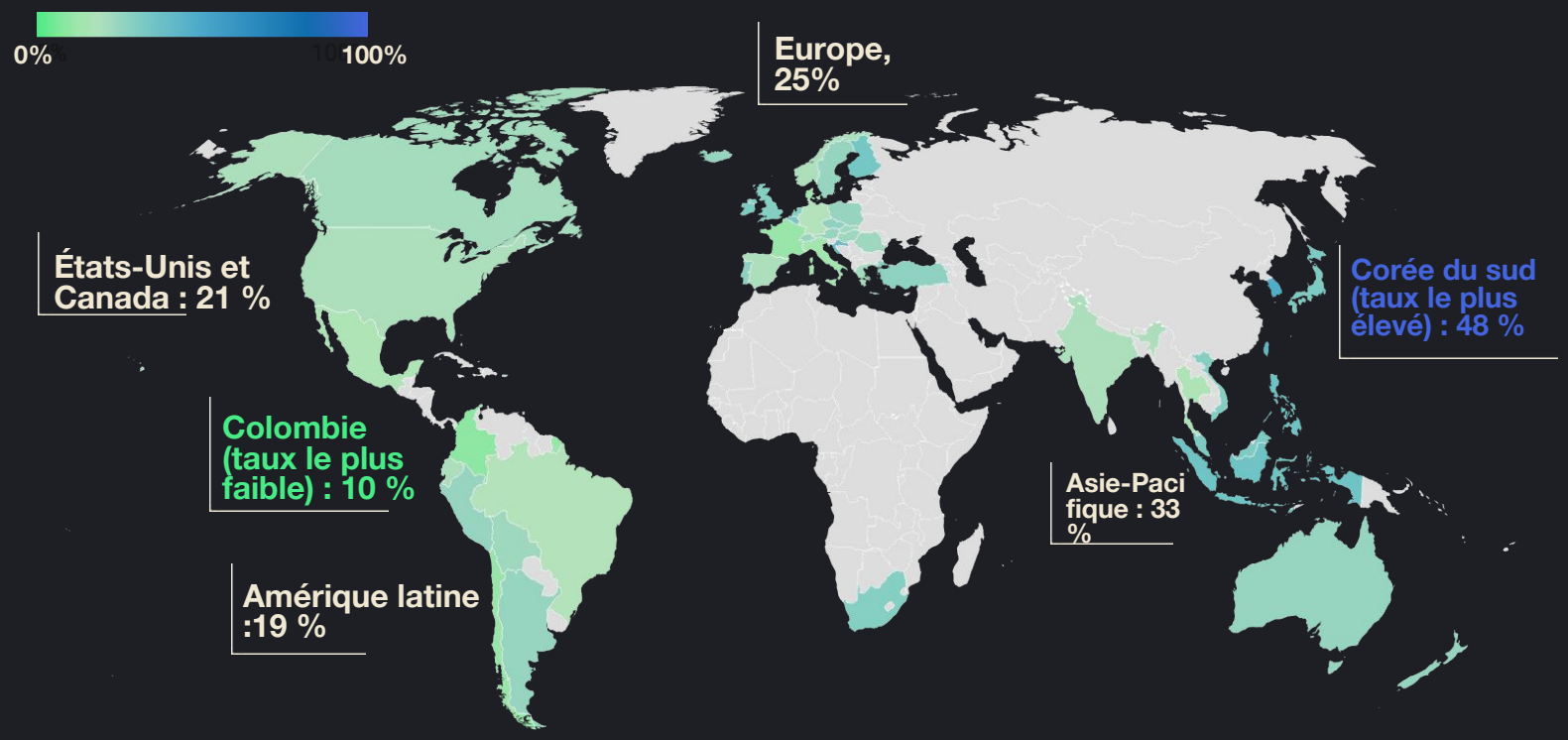
Agissez dès maintenant ! *Envisagez d'adopter un* ***inclusion rider*** *exigeant une diversité de représentation dans les programmations et au sein des équipes techniques.*

Image Description: *Person wearing headphones in front of microphone.*

Inégalités de streams

% de femmes et d'artistes non binaires parmis le top 50 artistes par le nombre de streams au total par pays

Seuls les pays avec des données disponibles sont inclus



Asie-Pacifique

Australie	26%
Hong Kong	30%
Inde	20%
Indonésie	36%
Japon	32%
Corée du Sud	48%
Malaisie	32%
N. Zélande	26%
Philippines	36%
Singapour	36%
Taïwan	42%
Thaïlande	16%
Vietnam	30%

Europe

Autriche	26%	Luxembourg	20%
Belgique	34%	Pays-Bas	30%
Croatie	40%	Norvège	20%
R.Tchèque	28%	Pologne	26%
Danmark	14%	Portugal	28%
Finlande	34%	Roumanie	24%
France	12%	Slovaquie	24%
Allemagne	18%	Espagne	20%
Grècce	22%	Suède	26%
Hongrie	24%	Suisse	26%
Islande	26%	Turquie	28%
Irlande	32%	Royaume-Uni	30%
Italie	14%		

Amérique latine

Argentine	26%
Bolivie	24%
Brésil	18%
Chili	12%
Colombie	10%
Equateur	20%
Mexique	16%
Pérou	26%

États-Unis et Canada

Canada	22%
Etats-Unis	20%

Afrique

Afrique du Sud	30%

SOURCE: MUSIC CONNECT
MAP: CREATED WITH DATAWRAPPER

GLOSSAIRE

Accessibilité : qualité d'un environnement prenant en compte les besoins spécifiques des personnes handicapées, et où les biens, les services et les installations sont construits ou modifiés de manière à pouvoir être utilisés par des personnes de toutes aptitudes.

Appeler par le deadname : désigne le fait d'utiliser le prénom assigné à la naissance d'une personne, malgré un rejet clairement exprimé. Cette pratique est souvent utilisée de façon à manifester de l'irrespect envers l'identité ou l'expression de genre d'une personne, et s'accompagne souvent d'une mauvaise utilisation des pronoms.

Intersectionnalité (également « identité intersectionnelle ») : fait référence aux différents effets des multiples formes de discriminations (racisme, sexisme, classisme, etc.) et à leur manière complexe et cumulative de se combiner, de fusionner et de se croiser, en particulier pour les individu·e·s ou groupes marginalisés.

Personne cisgenre (également « personne cis ») : personne qui s'identifie au genre qui lui a été assigné à la naissance.

Personne de genre non conforme : personne dont l'expression de l'identité de genre est plus souple et va au-delà de celle généralement rattachée au système binaire. Cette définition inclut les personnes transgenres et non binaires.

Personne non binaire : personne dont le genre n'est ni exclusivement homme ni exclusivement femme (en dehors du système binaire).

Personne transgenre (également « personne trans ») : personne qui s'identifie à un genre différent de celui qui lui a été assigné à la naissance.

Tokénisme : pratique qui consiste à ne faire que les efforts minimums ou symboliques au regard d'une démarche spécifique, comme en particulier embaucher un petit nombre de personnes issues de groupes sous-représentés dans le but de feindre l'égalité éthique ou de genres au sein d'une équipe.

RESSOURCES

Services d'assistance téléphonique (en anglais) :

International Association for Suicide Prevention (association internationale pour la prévention contre le suicide) : https://www.iasp.info/crisis-centres-helplines/

Helpline Direct-Link (moteur de recherche international de numéros d'aide) : https://findahelpline.com/i/iasp

Trans Lifeline (États-Unis et Canada) : https://translifeline.org/
tél. États-Unis : +1 (877) 565 – 8860
tél. Canada : +1 (877) 330 – 6366

Amplify Her Voice : https://www.amplifyhervoice.org/
Organisation proposant aux femmes des opportunités artistiques, de formation et de développement de réseau.

Backline (États-Unis uniquement) : https://backline.care/
Organisation mettant à disposition gratuitement ou à tarif réduit des ressources sur la santé mentale et le bien-être pour l'industrie musicale.

Color of Music Collective : https://www.colorofmusiccollective.com/
Collectif œuvrant en faveur de l'amplification de la voix des personnes LGBTQ+ et des personnes racisées au sein de l'industrie musicale.

Diversify The Stage : https://www.diversifythestage.org/
Organisation offrant des possibilités de mentorat et de formation pour les personnes aux identités marginalisées dans les industries du spectacle vivant et de la production.

Gritty in Pink : https://www.grittyinpink.co/
Communauté en ligne œuvrant en faveur de l'égalité des genres dans l'industrie de la musique, par le biais de sa plateforme de réseautage artistique et grâce à des événements mettant en avant des femmes artistes et des créatrices. Cliquez sur ce lien pour accéder à leur plateforme de réseautage **INPINK**.

Keychange Europe et Canada : https://www.keychange.eu/about-us
Keychange États-Unis : https://www.keychangeus.com/about
Mouvement et réseau mondial en faveur de l'égalité des genres dans l'industrie de la musique. Il se compose de divers partenaires situés dans 12 pays en Europe et au Canada, et s'est récemment étendu aux États-Unis.

M.I. Therapy (www.mitherapy.net)
MI. Therapy est une organisation qui vise à sensibiliser à la santé mentale dans l'industrie de la musique par le biais de traitements spécialisés, d'ateliers, de conférences et de panels.

MusicMindsMatter : https://www.musicmindsmatter.org.uk/
Service d'assistance et numéro d'aide en matière de santé mentale géré par l'association caritative Help Musicians, à destination de la communauté musicale au Royaume-Uni.

Safe Tour : https://www.safetour.org/
Organisation à but non lucratif aidant à la formation et au développement de protocoles visant à créer un espace de travail sûr, équitable et inclusif pour les groupes marginalisés dans le secteur des tournées. Elle applique une politique de tolérance zéro envers le harcèlement et les discriminations.

She Is The Music : https://sheisthemusic.org/
Organisation à but non lucratif participant à l'augmentation du nombre de femmes dans l'industrie de la musique (autrices-compositrices, ingénieures, productrices, créatrices et professionnelles du secteur).

Women in Music : https://www.womeninmusic.org/
Organisation à but non lucratif engagée dans l'avancement de l'égalité et de la visibilité, ainsi que dans le développement des opportunités pour les femmes dans les arts musicaux, par le biais de la formation, du soutien, de l'autonomisation et de la reconnaissance.

À propos

À PROPOS DE TUNECORE

TuneCore est le principal partenaire de développement des artistes indépendant·e·s, qui leur permet de se faire connaître auprès du public et de construire leur carrière via des technologies et des services de distribution, d'édition musicale et de promotion. Le service TuneCore Music Distribution aide les artistes, les labels et les managers à vendre leur musique sur Spotify, Deezer, Apple Music, Amazon Music, TikTok, TenCent et plus de 150 plateformes de streaming et de téléchargement dans le monde, tout en permettant aux artistes de conserver 100 % de leurs revenus de ventes et de leurs droits dans le cadre d'un forfait annuel accessible. TuneCore Music Publishing Administration seconde les auteurs-compositeurs et les autrices-compositrices en gérant les licences, l'identification et la collecte des royalties générées par leurs compositions dans le monde, mais s'occupe aussi de leurs opportunités de placement à la télévision, au cinéma, dans la publicité, dans les jeux vidéo, et bien plus. Le portail TuneCore Artist propose une série d'outils et de services qui permettent aux artistes de promouvoir leur travail, de communiquer avec leurs fans et de faire connaître leur musique. TuneCore, société de Believe, est basée à Brooklyn, à New York, et possède des bureaux à Los Angeles, à Nashville, à Atlanta et à Austin, et mène des opérations locales au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, en Belgique, en Italie, au Brésil, au Mexique, au Nigeria, en Afrique du Sud, en Inde, au Japon, en Indonésie, en Thaïlande, aux Philippines et à Singapour, ainsi que sur plusieurs marchés des cinq continents. www.tunecore.com

À PROPOS DE BELIEVE

Believe est un des leaders mondiaux de la distribution de musique digitale. Sa mission est de soutenir le développement des artistes et des labels indépendants dans l'écosystème digital, en leur fournissant les solutions dont ils et elles ont besoin pour étendre leur audience à chaque étape de leur carrière et de leur évolution.

Les expert·e·s en musique digitale passionné·e·s composant les équipes de Believe dans le monde exploitent tous les leviers offerts par les plateformes de technologies mondiales du groupe pour conseiller les artistes et les labels et distribuer et promouvoir leur musique. Forts d'une expertise unique du monde digital, ses 1 610 professionnel·le·s présent·e·s dans plus de 50 pays soutiennent les artistes et les labels locaux en plaçant le respect, l'équité et la transparence au cœur de leur communication. Believe déploie une variété de solutions à travers un large éventail de marques, dont TuneCore, Nuclear Blast, Naïve, Groove Attack et AllPoints. Believe est classé dans le compartiment A de la place boursière Euronext Paris (Ticker : BLV, ISIN : FR0014003FE9). www.believe.com

À PROPOS DE LUMINATE

Luminate est la société de collecte de données la plus importante du divertissement et permet d'obtenir les informations clés les plus objectives et les plus fiables sur les secteurs de la musique, du cinéma et de la télévision. Au-delà de son efficacité, le travail qu'elle effectue est également visionnaire. Luminate se situe au croisement de la technologie et des médias, ainsi qu'au cœur des défis actuels et des projets pour demain. En tout temps attentive aux besoins de ses client·e·s, elle prodigue des conseils primordiaux de la plus haute qualité et de la plus grande précision. Néanmoins, Luminate est une société constamment tournée vers l'avenir et cherche des réponses aux questions que personne ne s'est encore posées. Grâce à une technologie exceptionnelle et à la base de données évolutive la plus vaste et la plus fiable de son genre, elle permet à ses client·e·s de prendre les décisions les plus éclairées et les plus efficaces possibles. Elle aboutit ainsi à un niveau d'analyse prédictive de premier ordre, à la fois experte et impartiale. Luminate compte parmi son équipe des mélomanes, des gamers et des gameuses assidu·e·s, des cinéphiles passionné·e·s et des adeptes des réseaux sociaux connecté·e·s et à l'écoute de l'air du temps. Elle rassemble des scientifiques, des développeurs·euses, des spécialistes en technologie et des expert·e·s dans une myriade de domaines. Luminate aime la curiosité, c'est d'ailleurs de là que naît sa mission. www.luminatedata.com