

# BE THE CHANGE 2024

L'égalité de genre dans la musique

## Auteures

Hanna Kahlert

Tatiana Cirisano

Sophia Oleksiyenko

## Données

Kazia Rothwell

## Conception & édition

Ashleigh Millar

Sam Griffin

# Avant-propos **Melissa Etheridge**

Ce n'est un secret pour personne que l'industrie musicale a toujours été un univers masculin. Pendant des décennies, la musique a été définie par des femmes incroyables qui ont dominé les hit-parades, mais dans les coulisses, les femmes ont souvent été mises de côté et empêchées d'atteindre les mêmes sommets de carrière, alors que les dirigeants, généralement des hommes blancs, ont profité de notre labeur.

Lorsque j'ai commencé dans le métier, dans les années 80, les représentants A&R qui venaient me voir étaient tous des hommes. Il y avait très peu de femmes dans l'industrie, et c'était la norme à l'époque.

À la fin des années 80, le secteur a commencé à changer. On s'est enfin intéressé à la musique et aux expériences des artistes féminines. En 1988, lorsque j'ai enfin été signée et que mon album est sorti, les femmes commençaient à franchir le mur de l'industrie. Tracy Chapman, K.D. Lang, Toni Childs et Sinéad O'Connor écrivaient et sortaient des chansons, et les gens commençaient enfin à prêter attention et à réaliser que nous avons quelque chose à dire.

Dans la musique, comme dans la vie, être une femme comporte son lot d'obstacles, visibles et invisibles. Cela va de l'inégalité des rémunérations et de la diminution du sentiment d'autonomie aux innombrables cas de harcèlement et d'abus sexuels qui ont été révélés ces dernières années, dans tous les domaines de l'industrie. Ces obstacles sont d'autant plus importants pour les femmes de couleur et les personnes de genre expansif.

Ce qui a été le plus difficile pour moi a aussi été une bénédiction. J'ai eu la chance de trouver un travail régulier dans les bars lesbiens de Los Angeles, si bien que lorsque je suis entrée dans l'industrie musicale, on savait déjà que j'étais gay. Cela a changé la réaction des gens à mon égard. Je n'ai pas été victime du même harcèlement sexuel que les femmes hétérosexuelles dans l'industrie. Les hommes se tenaient à l'écart et ne savaient pas comment se comporter avec moi, alors d'une certaine manière, mon homosexualité m'a protégée.

Pour moi, BE THE CHANGE signifie que lorsque vous consacrez votre temps et votre énergie à essayer de changer tout le monde, c'est un chemin semé d'embûches. Le meilleur changement est de devenir ce que l'on veut voir. Vous voulez voir plus de paix, plus d'inclusion et de compréhension ? Alors, **soyez** plus pacifique, plus inclusif et plus compréhensif.

Je travaille dans l'industrie musicale depuis plus de 40 ans maintenant, suffisamment longtemps pour voir le chemin parcouru par les musicien·ne·s femmes et de genre expansif. Il est vraiment important de leur en rendre grâce, afin que ce travail ne semble pas si impossible. Autrefois, les gens étaient soit hétérosexuels, soit homosexuels. Aujourd'hui, il existe un magnifique arc-en-ciel, une sphère entière d'êtres et de façons d'être, et il est important de le célébrer. La meilleure chose à faire est de ne pas en faire une opposition entre **nous** et **eux**. Les gens sont parfois guidés par leur propre incompréhension et leur propre peur. Si vous devenez l'amour que vous voulez voir, nous espérons qu'ils le ressentiront et qu'ils changeront.

L'histoire de notre industrie n'a pas à être une vision de son avenir. Des études telles que « BE THE CHANGE : L'égalité de genre dans la musique » sensibilisent nos pairs et contribuent à combler l'écart de perception, en racontant des histoires et en proposant des solutions concrètes pour lutter contre la discrimination fondée sur le genre. Grâce à cela, nous pouvons redessiner le visage de la musique. Nous pouvons travailler ensemble pour créer une industrie plus équitable, plus accessible et plus inclusive, où les personnes de toutes origines, sexualités, capacités et identités de genre se voient accorder les mêmes chances de réussite. De la scène au studio, en passant par la salle du conseil d'administration, nous avons tous un rôle à jouer pour faire de cette vision une réalité. Il nous appartient à tous de prendre des mesures pour lutter contre la discrimination, sous toutes ses formes. L'inclusion est un ingrédient nécessaire à la prospérité de notre industrie. Nous devons tous **ÊTRE LE CHANGEMENT**.

# TABLER MATIÈRES

mars 2024

believe x tuneCORE

MIDIA

2024 BE THE CHANGE | L'égalité  
de genre dans la musique

1	Avant-propos par <b>Melissa Etheridge</b>
5	Introduction
8	Répartition de l'échantillon
9	Principaux enseignements
11	Section 1: <i>Des règles du jeu inégales</i>
17	Section 2: <i>Harcèlement sexuel et agression sexuelle</i>
27	Section 3: <i>L'écart de perception</i>
33	Section 4: <i>Dissonance numérique</i>
39	Section 5: <i>Santé mentale</i>
43	Section 6: <i>Être le changement</i>
47	Appels à l'action
53	Résumés régionaux
65	Glossaire
71	Ressources

# Introduction

À bien des égards, les femmes ont régné sur l'industrie musicale en 2023. Les femmes ont raflé les Grammy Awards 2024, en remportant les quatre catégories principales. Taylor Swift et Beyoncé ont effectué des tournées record et, selon l'USC Annenberg Inclusion Initiative<sup>1</sup>, la part des artistes féminines dans le palmarès américain de fin d'année, le Billboard Hot 100, a atteint son niveau le plus élevé depuis 12 ans, soit 35 %. Les initiatives visant à susciter des changements positifs ont un impact réel. Le rapport « *Seat at the Table 2024* » de Women in CTRL a révélé que les femmes et les personnes non binaires occupaient 52 % des sièges au conseil d'administration de 11 organismes professionnels de l'industrie musicale britannique, contre 32 % en 2020. Plus de 650 festivals et organisations musicales du monde entier ont désormais signé l'engagement [Keychange](#) de parvenir à l'égalité de genre et à la diversité en adhérant à des objectifs qu'ils se sont fixés dans le cadre de leur travail.

Il y a lieu de se réjouir de ces étapes importantes. Mais il reste encore beaucoup à faire. Les inégalités persistent, en particulier dans les coulisses (p. ex. aucune femme n'a encore remporté le Grammy Award du producteur non classique de l'année). En outre, les femmes cisgenres ont des expériences fondamentalement différentes de celles des personnes de genre expansif<sup>2</sup>, et il est prouvé que des facteurs croisés, tels que la race / l'origine ethnique et l'orientation sexuelle, aggravent les inégalités.

# BE THE CHANGE

## L'égalité de genre dans la musique

La profondeur de ces nuances est démontrée dans la quatrième édition annuelle de « *BE THE CHANGE : L'égalité de genre dans la musique* ». Ce rapport adopte une approche intersectionnelle<sup>3</sup>, schématisant les impacts des formes de discrimination qui se chevauchent dans l'industrie musicale. Notre enquête mondiale, traduite en 14 langues, recueille les points de vue de 4 146 personnes interrogées dans 133 pays, notre plus grand échantillon à ce jour. Parmi ces personnes interrogées, 3 461 se sont identifiées comme créateur·rice·s<sup>4</sup> et 907 comme professionnel·le·s<sup>5</sup> (certaines ont choisi les deux). Nous avons également mené huit entretiens individuels approfondis avec des créateur·rice·s femmes et de genre expansif aux États-Unis, en Afrique du Sud, en France, au Mexique et en Inde, qui nous ont fait part de leur expérience personnelle dans l'industrie.

Les résultats reflètent certaines améliorations. Par exemple, 34 % des femmes et des personnes de genre expansif déclarent que le harcèlement sexuel<sup>6</sup> a diminué au cours des deux dernières années. Si 60 % des femmes travaillant dans la musique déclarent en avoir été victimes, ce chiffre est en baisse par rapport aux 82 % de l'édition 2021 de ce rapport. Cependant, 47 % des femmes et des personnes de genre expansif considèrent que l'industrie musicale est discriminatoire en fonction du genre et il subsiste un large écart de perception<sup>7</sup> avec les 16 % d'hommes qui déclarent la même chose. Plutôt que d'attendre que l'industrie rattrape son retard, de nombreuses femmes sont elles-mêmes à l'origine du changement en acquérant de nouvelles compétences, en créant des organisations de soutien et en lançant leur propre maison de disques.

3 Intersectionnel : la nature interdépendante des catégories sociales telles que la race, la classe sociale, le genre et l'âge, et la manière dont elles créent des systèmes de discrimination ou de désavantage qui se chevauchent.

4 Créateur·rice·s : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué être des créateur·rice·s de musique (y compris les solistes, les membres d'un groupe, les auteur·rice·s-compositeur·rice·s, les producteur·rice·s de musique, les ingénieur·e·s de studio, les ingénieur·e·s de mixage et de mastering, ainsi que les DJ).

5 Professionnel·le·s : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué qu'elles occupaient des fonctions commerciales de niveau junior et supérieur dans l'industrie musicale (responsable marketing junior, PDG, etc.).

6 Harcèlement sexuel : remarques inappropriées, importunes ou avances physiques de nature sexuelle.

7 Écart de perception : la tendance selon laquelle les personnes qui ne sont pas touchées par la discrimination sont moins susceptibles d'être conscientes de l'existence d'inégalités.

1 USC Annenberg Inclusion Initiative, *Inclusion dans le studio d'enregistrement ? Genre et race/origine ethnique des artistes, auteurs-compositeurs et producteurs à travers 1 200 chansons populaires de 2012 à 2023*.

2 Genre expansif : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué qu'elles s'identifiaient comme non binaires, agenres/neutrois, transgenres ou « autres ».

Les résultats ont surtout mis en évidence trois mesures qui, selon les femmes et les personnes de genre expansif interrogées, apporteraient les changements les plus positifs dans la lutte contre l'écart de perception, l'écart de rémunération et le harcèlement / les agressions :

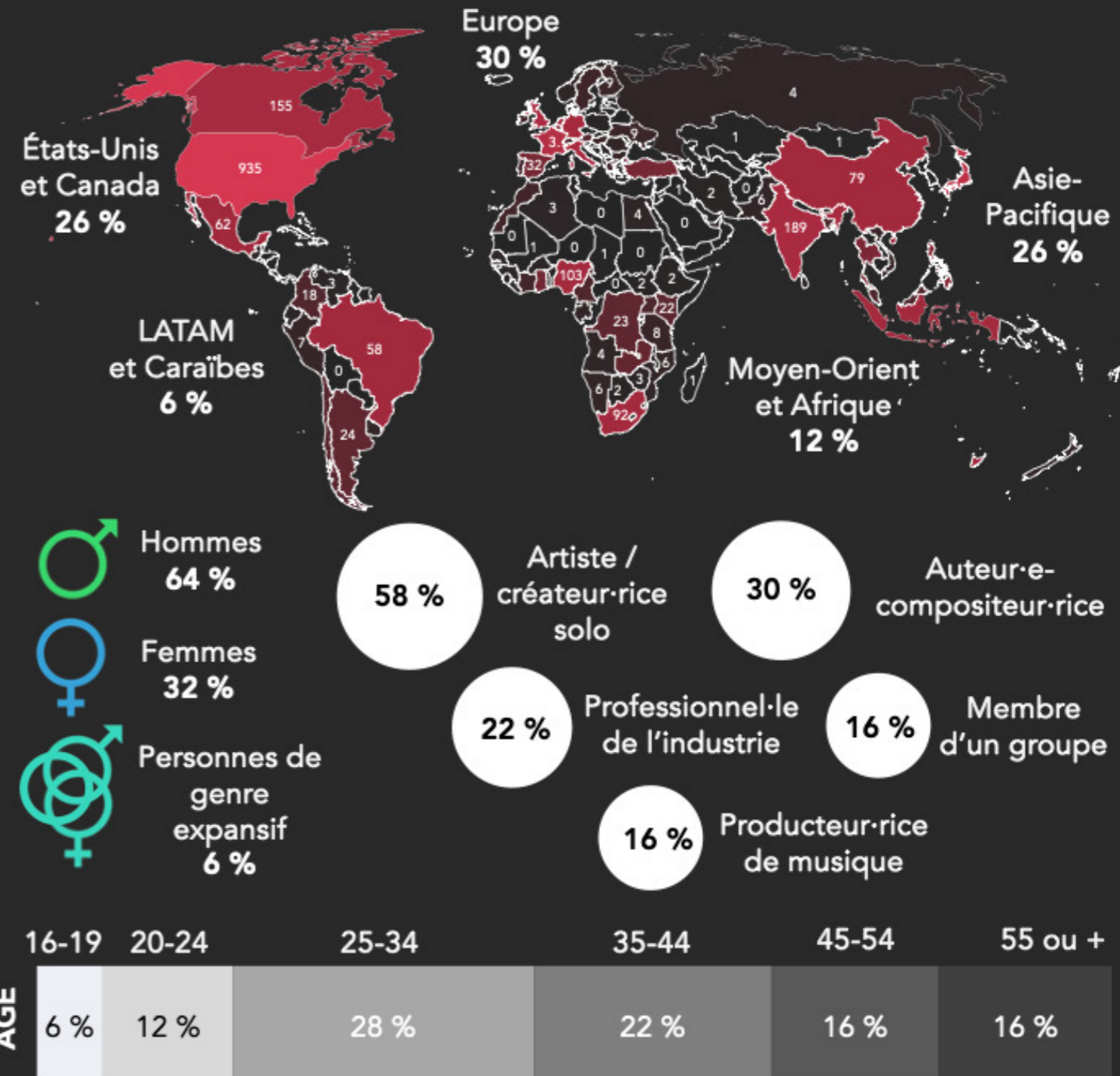
- Une plus grande diversité dans les postes de pouvoir
- La transparence des rémunérations
- L'application plus stricte des sanctions en cas de harcèlement et d'agression

Comme toujours, l'objectif de ce rapport n'est pas seulement de décomposer les inégalités qui empêchent les progrès, mais de recommander des stratégies concrètes afin d'améliorer l'industrie pour toutes et tous, pour partager les avantages de la créativité et de l'innovation qui découlent de la diversité, et pour inciter d'autres personnes, au-delà de la musique, à faire de même. À cette fin, chaque section se termine par des appels à l'action spécifiques, et la liste complète des recommandations figure dans la dernière section. Nous exhortons toutes les personnes de l'industrie musicale à lire attentivement ce rapport, à réfléchir à ses conclusions et à s'engager à être elles aussi à l'origine du changement.



# RÉPARTITION DE L'ÉCHANTILLON

« SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique » a recueilli les réponses de 4 146 créateur·rice·s et professionnel·le·s de l'industrie musicale, dans le cadre d'une enquête mondiale en ligne réalisée en novembre et décembre 2023. La composition de l'échantillon est la suivante :



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146 Source des images : Australian Bureau of Statistics, GeoNames, Microsoft Open Places, OpenStreetMap, TomTom, Zenrin Remarque : les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

# Principaux enseignements

- 49 % des femmes et 41 % des personnes de genre expansif déclarent que l'industrie musicale est « généralement discriminatoire » en fonction du genre. En comparaison, seuls 16 % des hommes tiennent ces propos, ce qui met en évidence « l'écart de perception »
- **Trois femmes sur cinq** dans la musique ont été victimes de **harcèlement sexuel** et **une sur cinq d'agression sexuelle**
- Plus de 70 % des femmes qui ont vécu ces expériences ne les **signalent pas**, la **peur des représailles** et la **conviction que rien ne changerait** étant les raisons les plus courantes
- Plus de la moitié (56 %) des femmes qui ont signalé une agression sexuelle ont déclaré que leur plainte avait été **ignorée ou rejetée**, près d'un tiers d'entre elles ont été **sommées de se taire** et 12 % d'entre elles ont même été **licenciées** par la suite
- Il **échoit aux femmes** d'adapter leur comportement pour éviter les comportements répréhensibles, plutôt qu'aux auteurs des faits et à l'ensemble de l'industrie d'empêcher qu'ils ne se produisent en premier lieu
- Les femmes et les personnes de genre expansif sont **deux fois plus susceptibles** que les hommes de **découvrir qu'elles sont moins bien rémunérées** que leurs collègues occupant des fonctions identiques ou similaires (34 %, contre 17 % pour les hommes)
- **L'identité est un facteur aggravant** : 49 % des femmes d'une race ou d'une origine ethnique marginalisée ont découvert qu'elles étaient moins bien rémunérées que leurs collègues
- Les femmes et les personnes de genre expansif estiment qu'une plus grande **diversité dans les postes de pouvoir**, la **transparence des rémunérations** et une **application plus stricte des sanctions** sont les éléments les plus importants pour susciter un changement positif
- Les femmes et les personnes de genre expansif **ne font pas confiance aux dirigeant·e·s de l'industrie** pour mettre en œuvre le changement, si bien qu'elles sont nombreuses à être elles-mêmes à l'origine du changement

# BE THE CHANGE

## L'égalité de genre dans la musique

### Ce qui a changé :

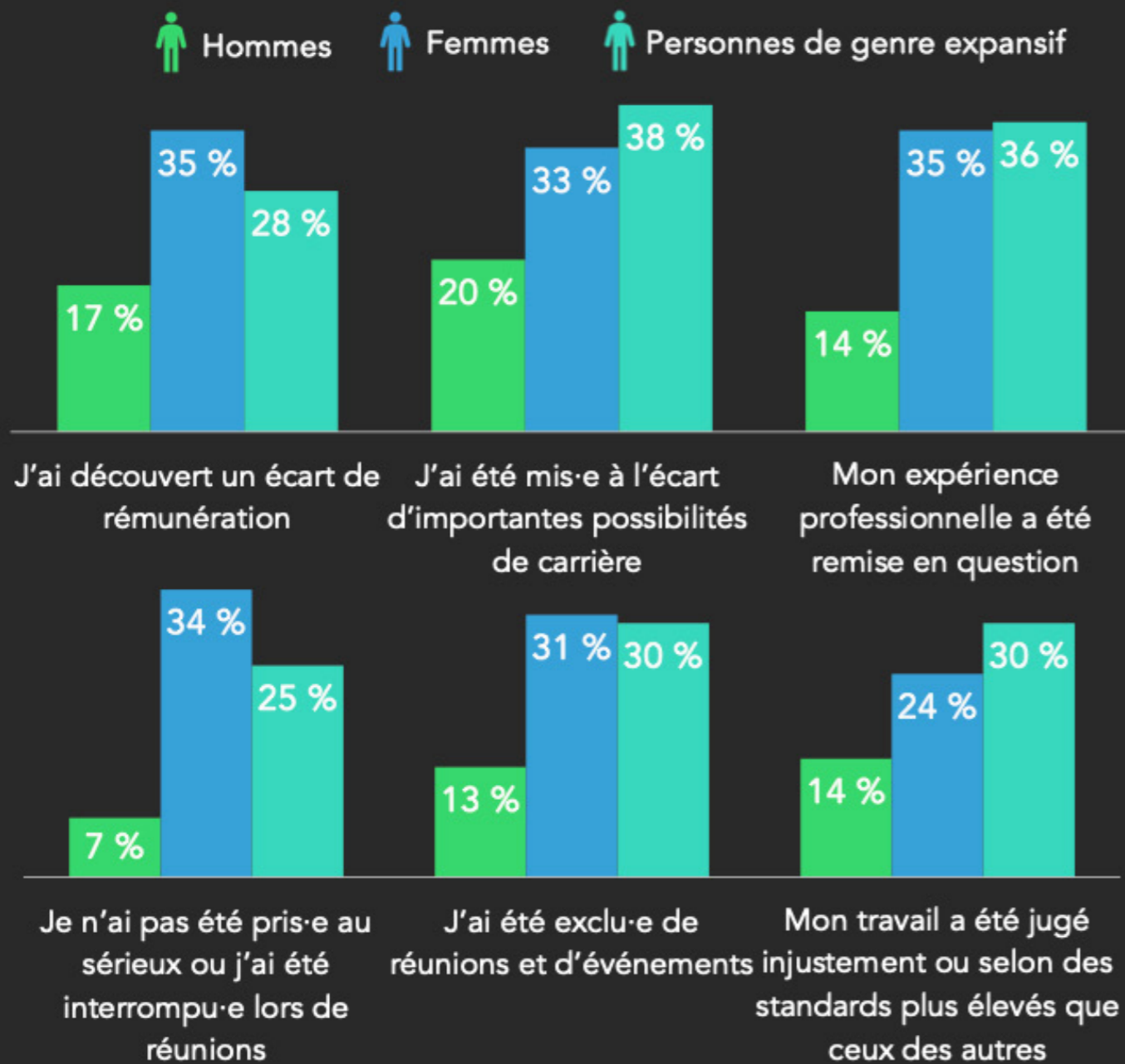
*(pour les femmes et les personnes de genre expansif au cours des deux dernières années)*

- Bien qu'il y ait manifestement encore du travail à faire, un tiers d'entre elles ont constaté une baisse du harcèlement
- Près de la moitié déclarent que leur confiance et leur motivation personnelle se sont améliorées
- Environ un tiers déclarent que les possibilités de progression de carrière et de promotion se sont améliorées
- 28 % déclarent que la diversité du personnel a augmenté, et 31 % que la reconnaissance a augmenté



# DES RÈGLES DU JEU INÉGALES

Les femmes et les personnes de genre expansif sont plus susceptibles que les hommes de connaître des échecs dans leur carrière



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

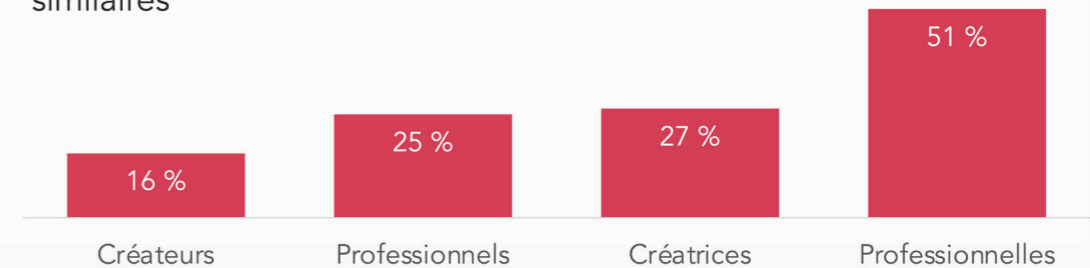
Bien que les difficultés de base d'une carrière musicale soient partagés par toutes et tous, les femmes et les personnes de genre expansif sont plus susceptibles que les hommes de déclarer avoir subi une série d'échecs professionnels supplémentaires, tant subtils que manifestes.

## L'écart de rémunération

Peut-être plus grave encore, les femmes sont deux fois plus susceptibles que les hommes de découvrir qu'elles sont moins bien rémunérées que leurs collègues occupant des fonctions identiques ou similaires : 35 % contre 17 %, respectivement. Parmi les personnes de genre expansif, 28 % ont découvert qu'elles étaient moins bien rémunérées. Les résultats de l'enquête révèlent que l'écart de rémunération<sup>8</sup> est plus important dans la sphère commerciale de l'industrie musicale que dans celle de la création : 51 % des professionnelles l'ont découvert, contre 27 % des créatrices. L'écart de rémunération est probablement encore plus répandu que ne l'indiquent ces statistiques, car des personnes peuvent être soumises à des inégalités de rémunération sans le savoir.

Les professionnel·le·s sont plus susceptibles de découvrir l'écart de rémunération que les créateur·rice·s

Pourcentage de personnes qui ont découvert qu'elles étaient moins bien rémunérées que leurs collègues occupant des fonctions identiques ou similaires



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

<sup>8</sup> Écart de rémunération (ou écart de salaire) : la différence de rémunération moyenne entre deux populations (dans ce rapport, les hommes par rapport aux femmes, et les hommes par rapport aux personnes de genre expansif).

## « Toujours reléguées au second plan »

L'écart de rémunération puise ses racines dans une tendance générale à sous-évaluer les contributions des femmes et des personnes de genre expansif. Elles sont beaucoup plus susceptibles que les hommes d'être exclues de réunions et d'événements importants, et de ne pas être prises au sérieux ou d'être interrompues lorsqu'elles y participent. Elles sont également beaucoup plus susceptibles de voir leur expérience professionnelle remise en question, d'être mises à l'écart d'importantes possibilités de carrière et de promotions, de ne pas recevoir de mérite ou de reconnaissance pour leur travail, et de voir leur travail jugé injustement ou selon des standards plus élevés ceux des hommes.

Les entretiens se sont fait l'écho de ces sentiments. Francisca Valenzuela, auteure-compositrice-interprète chilienne et fondatrice de la plateforme féministe Ruidosa, a décrit comment les femmes sont « *toujours reléguées au second plan par rapport à leurs homologues masculins [...] Il ne suffit pas d'avoir ses mérites, ses accolades, son histoire. Le fait que le public vous écoute et achète vos spectacles ne suffit pas.* » L'artiste new-yorkaise Yasmina se souvient que, dans l'un de ses cours à l'université, on se méfiait constamment des femmes pour installer le matériel de studio : « *Ils demandent toujours aux hommes de le faire en premier [...] et si nous le faisons, ils nous demandent de vérifier si cela a été fait correctement.* »

### Quand les ralentisseurs deviennent des panneaux stop

Il y a des limites à ce que l'on peut faire pour franchir ces obstacles avant de se heurter à un mur. Inévitablement, les progrès commencent à dépendre des autres - à savoir, les hommes aux commandes - qui jouent le rôle de « gardiens ». Bien que les hommes soient plus susceptibles que les femmes de déclarer qu'ils ont « du mal à progresser dans leur carrière » (36 % et 28 %, respectivement), les femmes sont plus susceptibles que les hommes de déclarer « j'ai progressé dans ma carrière, mais la progression s'est ralentie » (28 % et 19 %, respectivement) ; l'équivalent statistique du plafond de verre. Un·e créateur·rice non binaire<sup>9</sup> se souvient de la réticence des grandes maisons de disques à prendre rendez-vous avec iel, malgré une chanson virale et des concerts à guichets fermés. Pendant ce temps-là, ses « *pairs dans la musique, qui étaient beaucoup plus nouveaux, étaient signés et obtenaient des contrats énormes* », ce qui l'a amené·e à se demander s'il y avait un « plafond » au succès des créateur·rice·s non binaires.

<sup>9</sup> Non binaire : une personne dont l'identité de genre n'est ni tout à fait masculine ni tout à fait féminine.

## La race et l'orientation sexuelle aggravent l'inégalité

La progression de carrière est encore plus difficile pour les femmes interrogées qui font état de caractéristiques identitaires supplémentaires. Près de la moitié (49 %) des femmes appartenant à des groupes raciaux / ethniques marginalisés déclarent avoir découvert qu'elles étaient moins bien rémunérées que leurs homologues masculins, tout comme 44 % des femmes handicapées et 41 % des femmes LGBTQIA+. À titre de comparaison, 31 % des femmes ne présentant aucune caractéristique identitaire supplémentaire ont découvert un écart de rémunération entre elles et leurs collègues.

### La parentalité comme obstacle

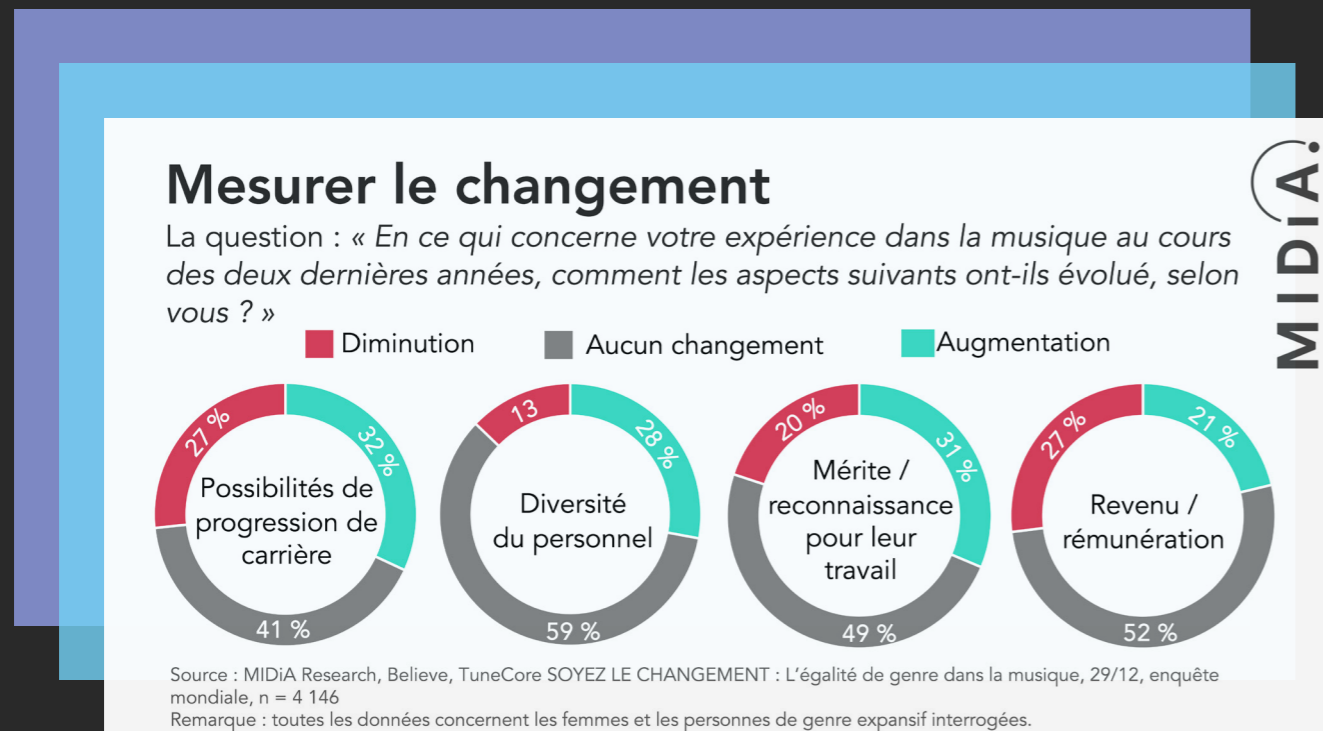
Les femmes qui sont mères ou qui s'occupent d'enfants ne sont que légèrement plus susceptibles que l'ensemble des femmes de rencontrer des difficultés liées à leur carrière. Cela pourrait signifier que la parentalité n'est plus autant un obstacle qu'elle l'était autrefois. Ou, à l'inverse, cela pourrait signifier qu'il existe un préjugé inhérent auquel toutes les femmes sont confrontées du fait qu'elles sont culturellement considérées comme les personnes qui s'occupent principalement des enfants. En outre, cela ne reflète en rien le travail supplémentaire que ces femmes accomplissent en coulisses. Une créatrice en témoigne : « *Beaucoup d'artistes et d'auteures-compositrices luttent pour avoir une carrière et [...] dorment sur des canapés. Je n'ai jamais eu cette possibilité [...] J'ai toujours dû me battre et me démener à fond pour pouvoir offrir un foyer à mon fils.* » Les hommes qui sont pères ou qui s'occupent d'enfants sont également légèrement plus susceptibles que l'ensemble des hommes de rencontrer des difficultés liées à leur carrière, mais pas dans la même mesure. En d'autres termes, il est légèrement plus difficile d'être parent que non parent dans l'industrie musicale, mais il est encore plus difficile d'être *une femme parent*.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> La taille de l'échantillon pour les personnes de genre expansif est trop faible pour en tirer une analyse significative.



## La passion pousse les créateur·rice·s à continuer

Ces difficultés s'additionnent. Une femme et une personne de genre expansif sur trois ont envisagé de quitter l'industrie, contre un homme sur cinq. Parmi les femmes et les personnes de genre expansif interrogées qui ont envisagé de quitter l'industrie, la moitié l'ont fait en raison de la culture de l'industrie, et un peu moins de la moitié ont cité le manque de possibilités ou de progression de carrière. Malgré cela, près des trois quarts des personnes qui ont envisagé de quitter l'industrie, tous genres confondus, déclarent que c'est leur passion pour [leur] travail qui les a poussées à rester. « *J'ai l'impression d'être exactement là où je dois être parce que j'aime tout ce que je fais, même les jours difficiles* », déclare l'artiste sud-africaine d'amapiano Khanyisa. L'auteure-compositrice-interprète arménienne Rosa Linn l'affirme : « *Si vous ne pouvez vraiment pas vivre sans ce que vous faites, rien ne peut vous arrêter.* »



**Les choses ont-elles changé ?** Alors qu'environ un tiers des femmes et des personnes de genre expansif déclarent que les possibilités de progression de carrière, la diversité du personnel ainsi que le mérite et la reconnaissance pour leur travail ont augmenté, cela ne se traduit pas par des augmentations de salaire. Seul un cinquième environ des hommes et des femmes déclarent que leur revenu ou leur salaire s'est amélioré au cours des deux dernières années. Dans l'ensemble, les professionnelles<sup>11</sup> sont plus susceptibles que les créatrices de constater des améliorations dans ces domaines.

<sup>11</sup> La taille de l'échantillon pour les personnes de genre expansif est trop faible pour en tirer une analyse significative.

## Appels à l'action :

- **Tout le monde** : Contestez les petits comportements, comme le fait que les femmes soient interrompues pendant les réunions ou les suppositions sur leur capacité à bien faire un certain travail. Corrigez ceux qui se réfèrent aux autres de manière incorrecte, qu'il s'agisse de la prononciation d'un nom, d'une supposition de genre ou d'un langage diminutif.
- **Direction et ressources humaines** : Instituez l'embauche à l'aveugle<sup>12</sup> lorsque c'est possible et introduisez la transparence ou des orientations salariales dans les descriptions de poste. Utilisez un langage clair et facile à comprendre dans les contrats des créateur·rice·s. Rendez obligatoire la formation à la diversité, à l'équité et à l'inclusion pour les employé·e·s des maisons de disques et des autres entreprises de l'industrie musicale. Signez l'[engagement Keychange](#) des organisations de l'industrie musicale (y compris les festivals) à assurer l'égalité de genre et la diversité en adhérant à des objectifs qu'elles se sont fixés dans le cadre de leur travail.
- **Établissements d'enseignement** : Traitez les étudiant·e·s en musique sur un pied d'égalité dès le départ et utilisez des programmes tels que [Women's Audio Mission](#) et [We Make Noise](#) pour encourager davantage de filles et de jeunes de genre expansif à s'orienter vers des domaines à dominante masculine, tels que la production et l'ingénierie. Pour reprendre les termes de l'artiste classique Lise de Salle, « *il y a encore cette tendance des modèles éducatifs qui veut que les hommes soient comme ça et les femmes comme ça [...]* Si nous sommes doués pour quelque chose, donnons les mêmes chances à tout le monde d'exprimer son potentiel ». Des ressources pédagogiques plus accessibles pour les créateur·rice·s dans le domaine commercial de l'industrie musicale (telles que celles proposées par [Music Ally](#) et [Gen Admission](#)) aident également les créateur·rice·s de tous types à réussir.
- **ONG** : Les créateur·rice·s qui ont participé à l'entretien ont insisté à maintes reprises sur la nécessité de créer des syndicats, de défendre la protection des travailleur·se·s indépendant·e·s et contractuel·le·s et d'établir des normes applicables à l'ensemble de l'industrie qui obligerait tout le monde à rendre compte de ses actes, qu'il s'agisse de sanctionner les comportements répréhensibles ou de veiller à l'égalité des rémunérations. « *C'est une industrie sans règles ni structure* », déclare un·e artiste. « *Il est très facile de se perdre, de ne pas connaître ses droits, de ne pas savoir ce que l'on vaut.* »
- **Gouvernements** : Nous exhortons les gouvernements à adopter des lois exigeant la transparence des salaires dans les offres d'emploi, comme l'ont déjà fait plus de 13 États américains (p. ex. la [section 194-b de la loi sur le travail de l'État de New York](#)).

<sup>12</sup> Embauche à l'aveugle : le processus consistant à exclure les informations personnelles d'un·e candidat·e à un poste (telles que son nom ou sa photo) qui pourraient influencer ou biaiser une décision d'embauche.

# HARCÈLEMENT SEXUEL ET AGRESSION SEXUELLE



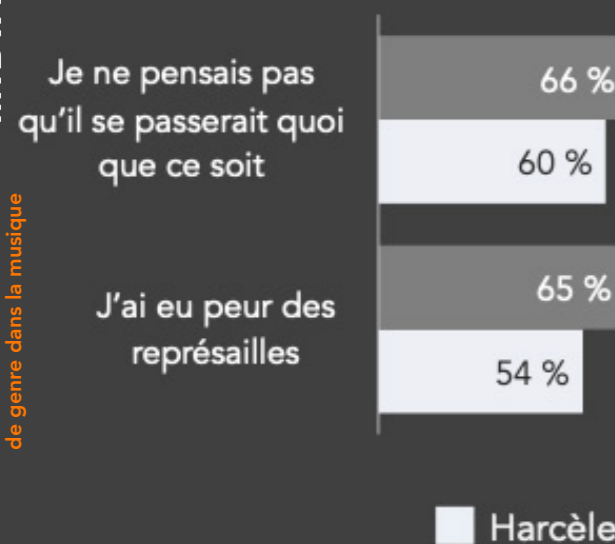
**3 femmes sur 5**  
dans la musique ont été  
victimes  
de harcèlement sexuel



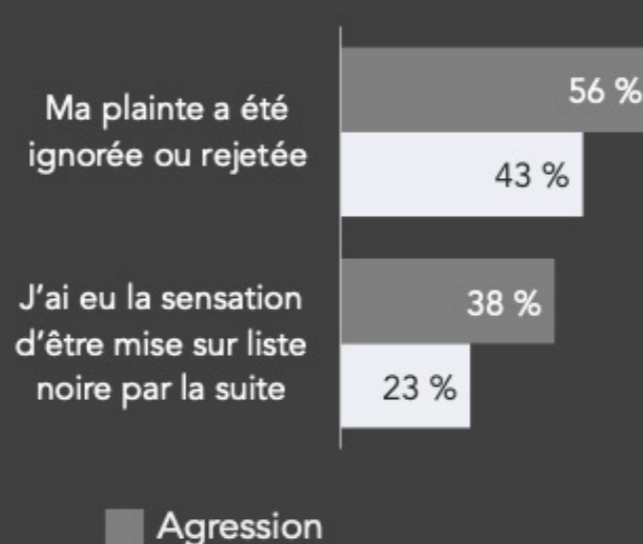
**1 femme sur 5**  
dans la musique a été  
victime  
d'agression sexuelle



Pourquoi les femmes n'ont pas signalé les faits\* :



Ce qui s'est passé lorsque les femmes ont signalé les faits\* :



■ Harcèlement ■ Aggression

Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146 \*Liste non exhaustive

La sexualisation des femmes est à l'origine de nombreux problèmes. 79 % des femmes et des personnes de genre expansif ont été soumises à une « pression autour de l'apparence » au cours de leur carrière, et un peu moins de la moitié d'entre elles y ont été « souvent » soumises. Cette culture omniprésente de l'objectification<sup>13</sup> s'intensifie, comme le démontrent ces chiffres choquants : trois femmes sur cinq dans l'industrie musicale ont été victimes de harcèlement sexuel, et une sur cinq d'agression sexuelle<sup>14</sup>. Il s'agit d'une légère amélioration par rapport à notre rapport de 2021, dans lequel quatre femmes sur cinq déclaraient avoir été victimes de harcèlement sexuel. Les personnes de genre expansif sont légèrement moins susceptibles que les femmes d'être victimes de harcèlement (52 %), mais légèrement plus susceptibles d'être victimes d'agression sexuelle (26 %). La grande majorité d'entre elles ne signalent pas ces faits, et en subissent souvent les conséquences lorsqu'elles le font.

## Normalisation

L'objectification est devenue si courante qu'elle s'est dangereusement normalisée. Environ un tiers des huit personnes qui ont participé à l'entretien ont relaté des incidents au cours desquels un responsable ou un producteur masculin leur a avoué son amour, ou leur a fait des avances sexuelles. Parmi les exemples plus subtils, citons le fait d'exiger d'une artiste classique qu'elle porte une robe au lieu d'un pantalon pour se produire, et le fait qu'il est courant à Bollywood que des mannequins remplacent les artistes féminines (mais pas les hommes) dans leurs propres vidéos musicales. Lorsque Yasmina a cherché à se former à la production, on lui a répondu que « une femme ne peut être que le visage d'un disque, elle n'a pas besoin de se soucier de ce qui se passe en coulisses ».

Les allégations de comportements sexuels répréhensibles dans la presse sont devenues si courantes que certains s'inquiètent de la désensibilisation de l'industrie musicale. « C'est effrayant de constater que quelqu'un peut voir un gros titre et se dire "oh, oui, je m'y attendais" et poser son téléphone », déclare Yasmina. « Le harcèlement ne devrait jamais être une chose normale ». Permettre aux femmes et aux personnes de genre expansif de dénoncer les comportements répréhensibles, et les encourager à le faire, est une priorité, mais le contrepoint est l'obligation de rendre compte de ses actes. Si tout le monde en parle, mais que rien n'est fait, le comportement devient normal.

<sup>13</sup> Objectification : traiter une personne comme un objet ou un moyen de parvenir à une fin plutôt que comme un individu pleinement autonome.

<sup>14</sup> Agression sexuelle : contact sexuel intentionnel sans le consentement de l'autre personne, ou le fait de contraindre ou de forcer physiquement une personne à se livrer à un acte sexuel contre son gré.

## Espaces dangereux

Un peu moins d'un cinquième des femmes et un peu plus d'un cinquième des personnes de genre expansif qui assistent à des représentations musicales déclarent qu'elles ne se sentent « généralement pas en sécurité ». Près d'une femme sur dix<sup>15</sup> déclare qu'elle ne se sent généralement pas en sécurité lors d'événements de réseautage, dans les bureaux des maisons de disques, lorsqu'elle se produit dans des salles de concert, ainsi que dans le studio d'enregistrement / la salle d'écriture, et une personne de genre expansif sur vingt déclare la même chose. Les entretiens ont fait apparaître des comportements répréhensibles plus fréquents dans le studio d'enregistrement, un environnement intime dominé par les hommes. « *Je me faisais toujours draguer* » dans le studio, une créatrice a déclaré, comme si elle était simplement « *là en tant qu'ornement* ». Presque toutes les personnes qui ont participé à l'entretien ont évoqué des cas d'attouchements non désirés dans le studio, tels que des massages du cou non sollicités ou un producteur caressant les genoux d'un·e créateur·rice dès que son équipe est partie.

## Une culture du silence

Lorsqu'on demande aux femmes pourquoi elles n'ont pas signalé les cas de harcèlement sexuel et d'agression sexuelle, elles répondent souvent qu'elles ne pensent pas que cela changerait quoi que ce soit et qu'elles ont peur des représailles. Il est alarmant de constater que les expériences des femmes qui dénoncent ces comportements répréhensibles prouvent que ces craintes sont justifiées<sup>16</sup>. Parmi les femmes qui ont déclaré avoir été victimes de harcèlement sexuel, 43 % affirment que leur plainte a été ignorée ou rejetée, 23 % ont eu la sensation d'être mises sur liste noire<sup>17</sup> par la suite et 10 % ont déclaré avoir été licenciées. Les statistiques sont encore plus accablantes pour les femmes ayant déclaré avoir été victimes d'agression sexuelle : 56 % d'entre elles déclarent que leur plainte a été ignorée ou rejetée, 38 % ont eu la sensation d'être mises sur liste noire et 12 % ont déclaré avoir été licenciées par la suite. En outre, près d'un tiers des femmes qui ont signalé une agression sexuelle ont déclaré qu'on leur avait dit de se taire.

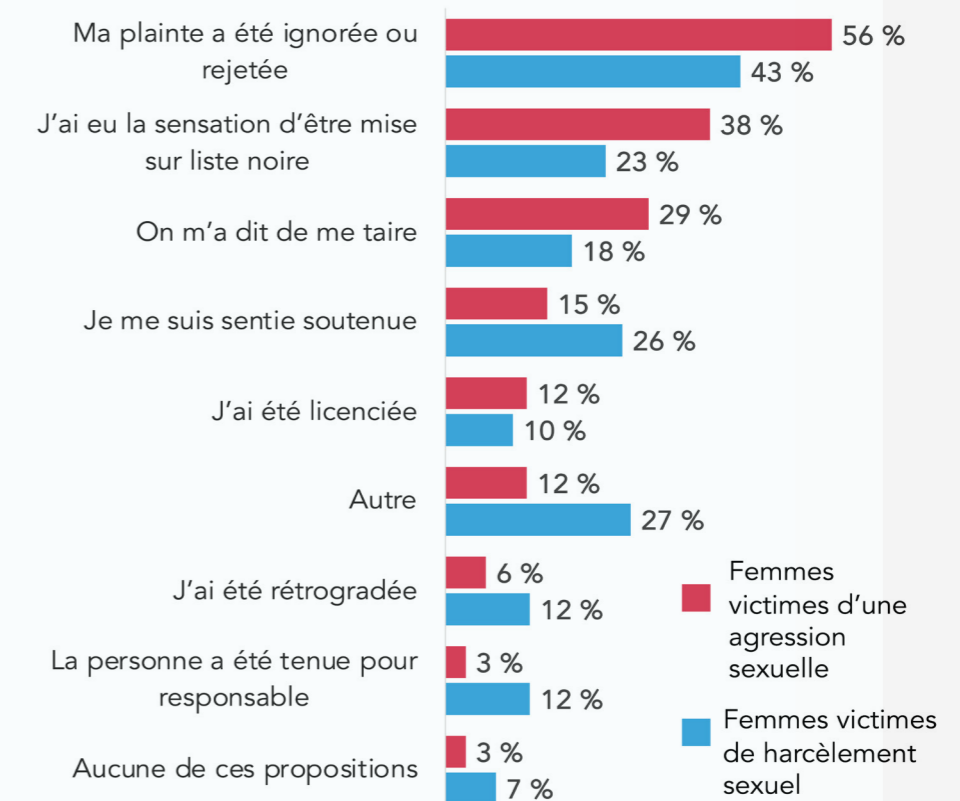
15 Exclut les personnes pour lesquelles le lieu ne s'appliquait pas.

16 La taille de l'échantillon pour les personnes de genre expansif est trop faible pour en tirer une analyse significative.

17 Être mis sur liste noire : éviter, fuir ou exclure délibérément quelqu'un, ou se méfier de cette personne, en raison de comportements ou d'activités jugés inacceptables.

## Les femmes subissent les conséquences du signalement d'un comportement répréhensible

La question : « Lorsque vous avez signalé les faits, l'un des scénarios suivants s'est-il produit ? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent) »



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

MIDiA.

Les personnes qui signalent ces faits doivent se sentir écoutées et protégées, et les auteurs des actes doivent en subir les conséquences, faute de quoi le message est qu'il vaut mieux garder le silence. Dans une industrie où « *tout le monde est remplaçable* », comme le dit un·e créateur·rice, nous devons commencer par remplacer ceux qui harcèlent ou agressent les autres, et non ceux qui en parlent.

Cette peur des représailles empêche également les femmes de s'exprimer sur le moment. Nombre des personnes ayant participé à l'entretien ont expliqué qu'elles se sentaient obligées de sourire lorsque des collaborateurs masculins leur faisaient des avances sexuelles non désirées, de peur que l'homme ne se mette en colère, n'annule le projet ou ne les mette sur liste noire. Cela perpétue le problème, car la complaisance supposée des femmes peut être interprétée par l'auteur des actes comme un consentement. De nombreuses femmes ne peuvent pas s'exprimer en raison de la pratique courante de l'industrie musicale qui consiste à conclure des accords de non-divulgateur (NDA). En outre, près d'un tiers d'entre elles déclarent qu'elles ne savaient tout simplement pas comment le signaler, ce qui reflète un inconvénient important de l'industrie de type contractuelle où, selon les termes d'une créatrice, « il n'y a pas de RH ».

### Les professionnelles sont légèrement plus à risque

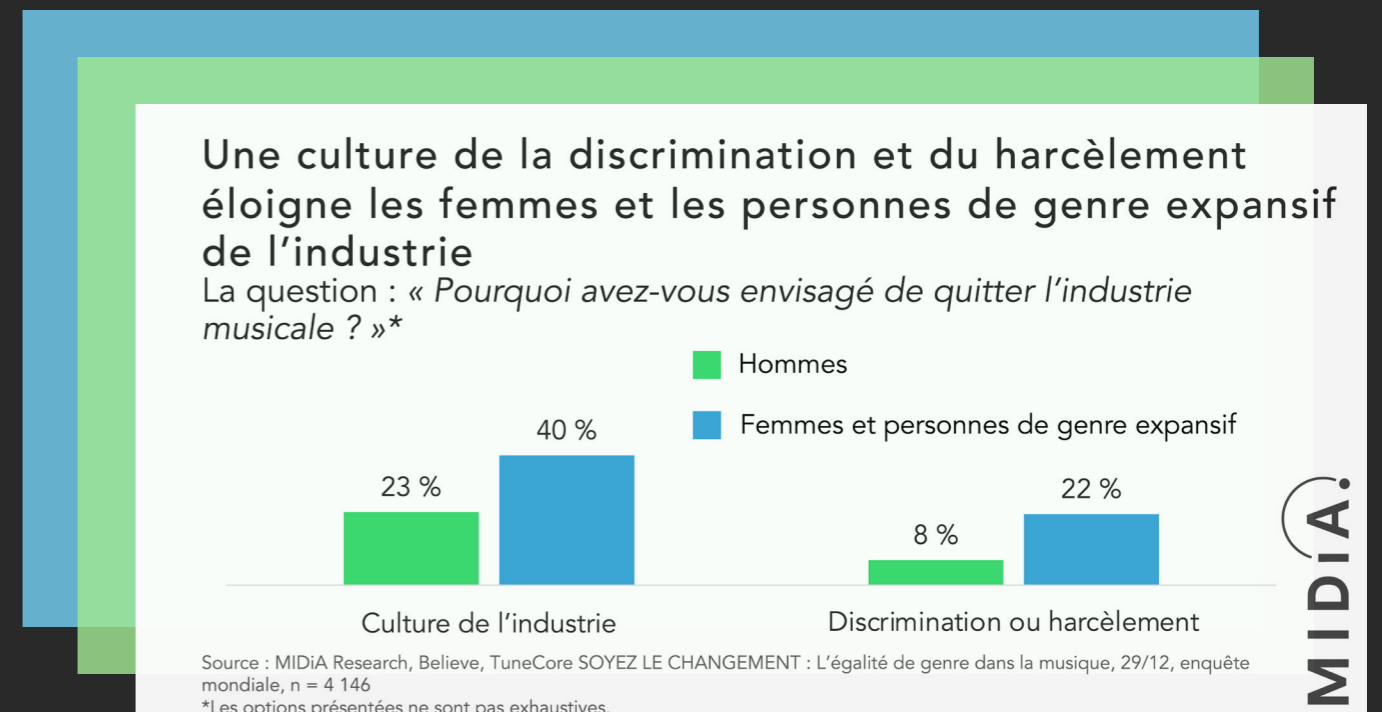
Les professionnelles<sup>18</sup> sont à la fois plus susceptibles d'être victimes de harcèlement que les créatrices et plus craintives à l'idée de le signaler. 65 % des professionnelles ont été victimes de harcèlement sexuel, contre 58 % des créatrices (en revanche, les taux d'agression sexuelle sont pratiquement égaux). Toutefois, cela pourrait s'expliquer par le fait que les comportements inappropriés sont plus normalisés dans les environnements créatifs, où la frontière entre le travail et le jeu est souvent floue, alors qu'il est plus clair lorsque les limites sont franchies dans les environnements de bureau. Les professionnelles sont plus susceptibles de ne pas signaler les faits parce qu'elles ne pensent pas que cela changerait quoi que ce soit et parce qu'elles craignent des représailles. Étonnamment, elles sont également plus susceptibles que les créatrices (26 %) de déclarer qu'elles ne savent pas comment signaler une agression sexuelle (35 %). Cela montre les lacunes que doivent combler les services des ressources humaines lorsqu'il s'agit de mettre en place des ressources de signalement et d'apprendre aux employé·e·s à les utiliser.

<sup>18</sup> La taille de l'échantillon pour les personnes de genre expansif est trop faible pour en tirer une analyse significative.

### Les femmes assument le poids du changement

Au lieu de dénoncer les comportements répréhensibles, les femmes et les personnes de genre expansif les contournent. Comme le décrit une créatrice, « cela devient votre problème, la façon dont vous le gérez ». Les personnes ayant participé à l'entretien ont expliqué qu'elles portaient des pantalons de survêtement au studio pour éviter d'être considérées comme des objets, qu'elles ne prenaient des photos qu'avec des fans femmes pour éviter d'être tripotées et qu'elles avaient toujours un membre masculin de leur famille à leurs côtés pour repousser les avances sexuelles non désirées. Khanyisa écrit même des refrains avec des phrases comme « écarte-toi de mon chemin » (« suka » en xhosa) pour aider les femmes dans les boîtes de nuit à repousser les hommes de manière ludique. En d'autres termes, c'est aux femmes et aux personnes de genre expansif qu'il incombe de modifier leur comportement pour se protéger, plutôt qu'aux auteurs des faits et à l'industrie dans son ensemble de mettre un terme à ce comportement. Cela peut donner l'illusion que le harcèlement et les abus sont en baisse, alors qu'en réalité, les femmes et les personnes de genre expansif prennent des mesures draconiennes pour les éviter.

Lorsque ces options sont épuisées, elles se résolvent à quitter complètement l'industrie musicale. Les femmes et les personnes de genre expansif sont environ deux fois plus susceptibles que les hommes de citer la culture de l'industrie et la discrimination ou le harcèlement comme raisons d'envisager de quitter complètement l'industrie.



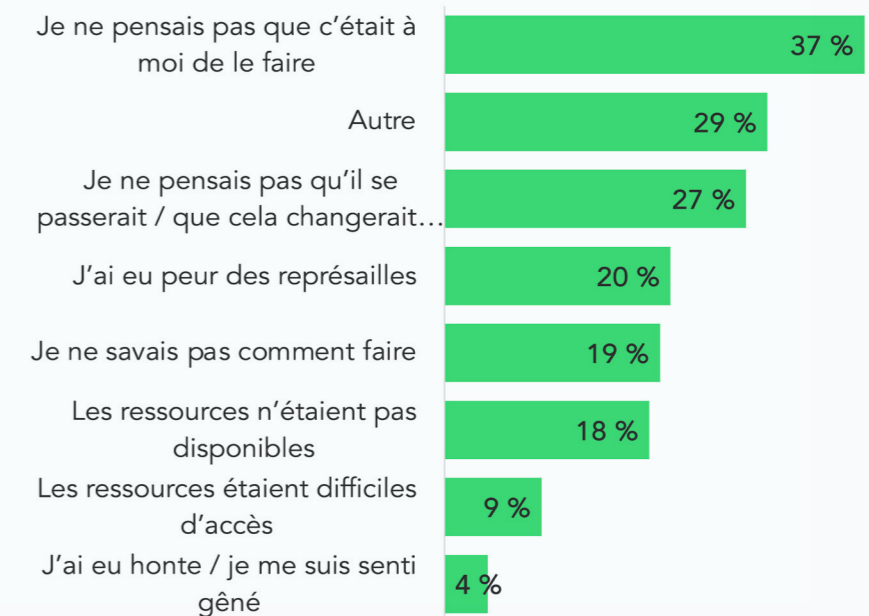
## Les hommes sont dissuadés de s'exprimer

Les hommes sont moins susceptibles d'être témoins (ou du moins de reconnaître) des comportements répréhensibles : 37 % des hommes déclarent avoir été témoins de harcèlement sexuel, contre 67 % des femmes, et 14 % des hommes ont été témoins d'une agression sexuelle, contre 30 % des femmes. Un peu plus de la moitié des hommes n'ont pas signalé ce dont ils ont été témoins, la raison la plus fréquente étant qu'ils ne pensaient pas que c'était à eux de dire quoi que ce soit. Tout comme les femmes, les hommes subissent des répercussions lorsqu'ils parlent : 16 % des hommes qui ont signalé les faits ont été sommés de se taire et 16 % ont eu la sensation d'être mis sur liste noire par la suite. L'ironie de la chose, c'est que les auteurs des faits sont plus susceptibles d'être tenus pour responsables lorsqu'un témoin homme signale un comportement répréhensible que lorsqu'un témoin femme le fait : 36 % des signalements faits par des hommes ont conduit à ce que l'auteur des faits soit tenu pour responsable, contre 28 % des signalements faits par des femmes.

## La moitié des hommes témoins d'un comportement répréhensible ne le signalent pas



### Raisons pour lesquelles les hommes ne l'ont pas signalé :



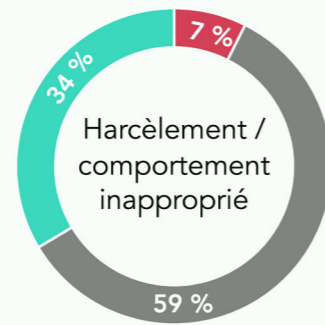
Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

MIDiA.

## Mesurer le changement

La question : « En ce qui concerne votre expérience dans la musique au cours des deux dernières années, comment les aspects suivants ont-ils évolué, selon vous ? »

■ Diminution ■ Aucun changement ■ Augmentation



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : toutes les données concernent les femmes et les personnes de genre expansif interrogées.

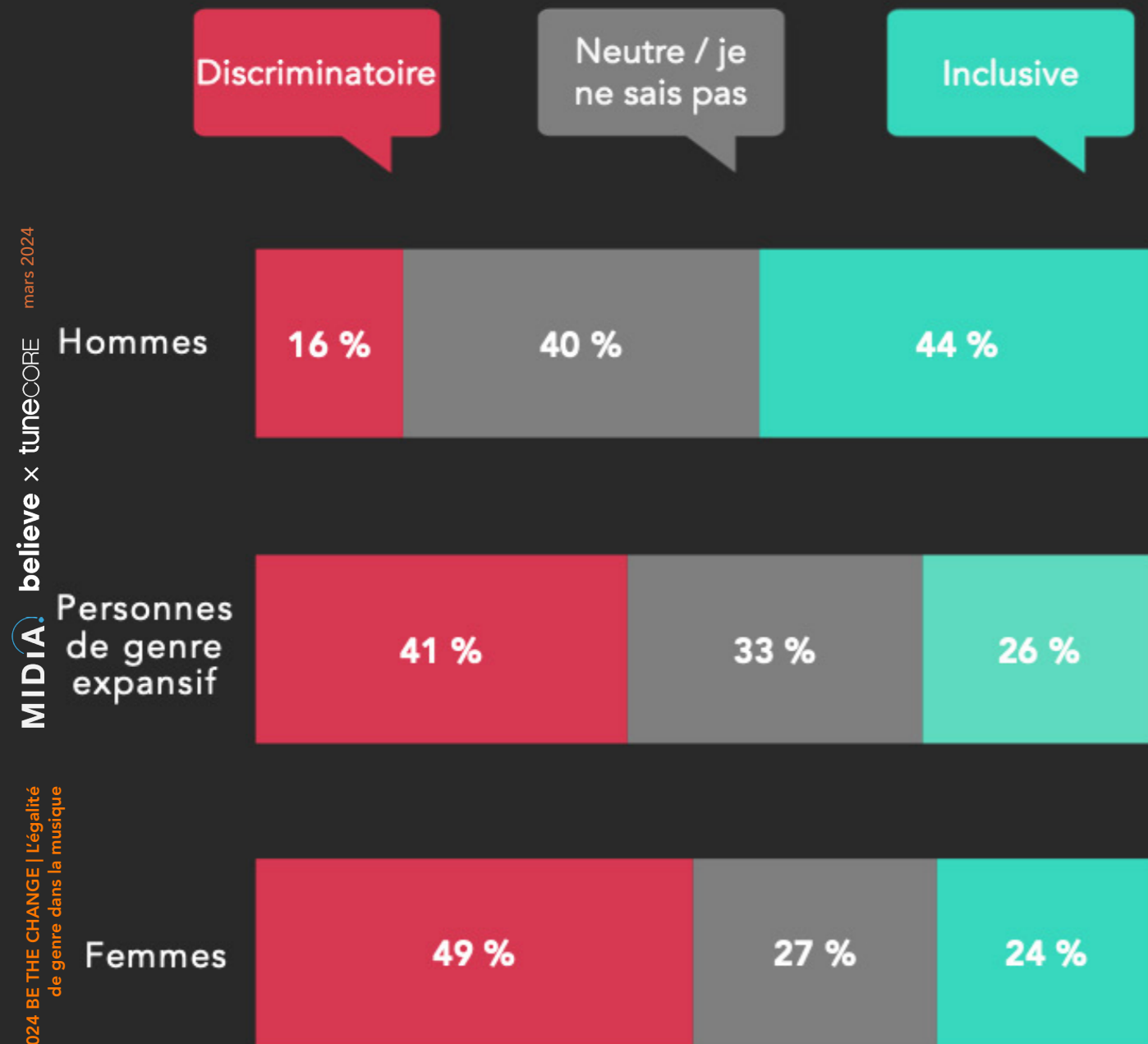
**Les choses ont-elles changé ?** La bonne nouvelle, c'est que des initiatives comme la campagne #MeToo ont un impact. Un tiers des femmes et des personnes de genre expansif déclarent que le harcèlement / les comportements inappropriés ont diminué au cours des deux dernières années, tandis que seulement 7 % déclarent qu'ils ont augmenté. Ces chiffres sont conformes aux résultats des années précédentes : 82 % des femmes ont déclaré avoir été victimes de harcèlement sexuel dans notre rapport de 2021 et 60 % dans l'édition de cette année. Néanmoins, la majorité des femmes (58 %) déclarent que le niveau de comportement inapproprié est resté le même.

## Appels à l'action :

- **Tout le monde** : Exprimez-vous lorsque vous remarquez un comportement répréhensible, quel qu'il soit. Empêchez tout contact sexuel, verbal ou physique, sur le lieu de travail. Signez des initiatives telles que la [pétition de la Musicians' Union britannique](#) et la lettre ouverte [Safe Spaces Now](#).
- **Direction, RH et ONG** : Élaborez des systèmes de signalement anonyme sûrs et accessibles, tels que des lignes d'assistance téléphonique (p. ex. la [ligne Local 802 de l'American Federation of Musicians](#)), et mettez l'accent sur l'obligation de rendre compte de ses actes. Idéalement, chaque pays devrait disposer d'une plateforme de dénonciation anonyme et confidentielle, financée par les parties prenantes de l'industrie musicale et gérée par un tiers.
- **Salles, studios, etc.** : Élaborez et affichez des règles (p. ex. le [code de conduite du collectif We Have Voice](#)) et incluez-les dans les accords contractuels. Participez à des initiatives telles que la campagne « Here for the Music » de [Calling All Crows](#) et [Safe Tour](#), qui proposent des formations et des ressources en matière de sécurité afin de créer des environnements exempts de harcèlement lors des représentations. Instituez des mots de code permettant aux spectateur·rice·s de demander de l'aide au personnel en toute sécurité lors des représentations (p. ex. la campagne [Ask For Angela](#) au Royaume-Uni). Nous préconisons également des systèmes de listes de sécurité, tels que le [label français de qualité ACT RIGHT](#), attribué aux entreprises musicales qui respectent les pratiques de prévention et de sensibilisation en matière de violence et de harcèlement sexuels.
- **Gouvernements** : Interdisez l'utilisation des accords de non-divulgence (NDA) dans les affaires de harcèlement et d'agression sexuels. Incluez des protections pour les travailleur·se·s indépendant·e·s dans les lois visant à prévenir le harcèlement sexuel au travail.

# L'ÉCART DE PERCEPTION

En matière de genre, l'industrie musicale est généralement :



Mars 2024

MIDIA believe x tuneCORE

MIDIA

2024 BE THE CHANGE | L'égalité de genre dans la musique

Source : MIDIA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

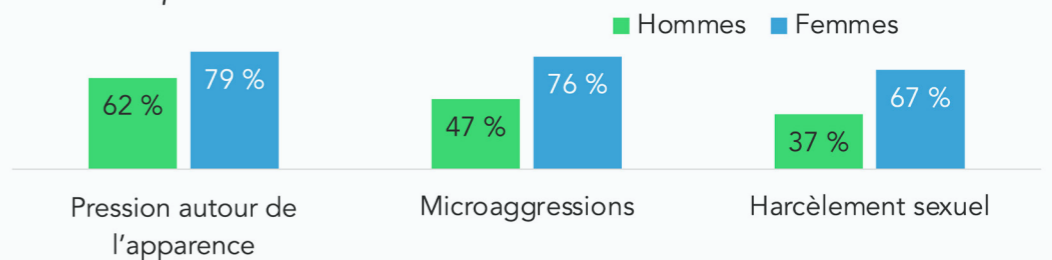
Environ la moitié des femmes et 41 % des personnes de genre expansif déclarent que l'industrie musicale est « généralement discriminatoire » en fonction du genre. En revanche, seuls 16 % des hommes disent la même chose. Il s'agit d'un écart de perception : les personnes qui ne sont pas touchées par la discrimination ne sont souvent pas conscientes de l'existence d'inégalités.

## Le paradoxe de la perception

Bien qu'il soit peu probable qu'ils qualifient l'industrie de discriminatoire en fonction du genre, les hommes remarquent les problèmes qui affectent les femmes de manière disproportionnée. Par exemple, 62 % des hommes disent avoir été témoins de pressions autour de l'apparence au cours de leur carrière dans l'industrie musicale, 47 % ont été témoins de microagressions<sup>19</sup> et 46 % d'une diversité « pour le principe »<sup>20</sup>. Parce qu'ils ne sont pas aussi souvent confrontés à ces problèmes, les hommes peuvent être plus susceptibles de les considérer comme des incidents ponctuels et d'hésiter à qualifier l'industrie de discriminatoire dans son ensemble.

## Les hommes sont moins susceptibles d'être témoins des difficultés rencontrées par les autres

La question : « Avez-vous été témoin des faits suivants à l'encontre d'autres personnes dans l'industrie ? »



Source : MIDIA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

\*Non exhaustif ; association des réponses « parfois » et « souvent ».

<sup>19</sup> Microagressions : affronts verbaux, comportementaux ou environnementaux courants, intentionnels ou non, qui communiquent des attitudes hostiles, désobligeantes ou négatives à l'égard de groupes stigmatisés ou culturellement marginalisés (p. ex. les blagues sexistes ou racistes, les commentaires condescendants).

<sup>20</sup> Diversité « pour le principe » : pratique consistant à ne faire qu'un effort superficiel ou symbolique pour accomplir quelque chose, notamment en recrutant un petit nombre de personnes issues de groupes sous-représentés afin de donner l'apparence de la diversité au sein d'une main-d'œuvre.

## Professionnel·le·s par rapport aux créateur·rice·s

60 % des professionnel·le·s femmes et de genre expansif perçoivent une discrimination de genre dans la musique, soit 18 points de plus que les créateur·rice·s femmes et de genre expansif. Lors des entretiens, les créatrices femmes ont fait remarquer que si elles ont une mauvaise expérience avec un collaborateur masculin, elles peuvent choisir de ne plus jamais travailler avec lui. Mais si cette personne est un patron, un client ou un collègue, ce choix est plus difficile. En outre, dans l'industrie de la musique, le monde de l'entreprise est encore plus dominé par les hommes que celui de la création : l'étude 2021 de l'USC Annenberg Initiative (son étude la plus récente auprès des dirigeant·e·s) a révélé que 86 % des cadres supérieurs de l'industrie musicale américaine étaient des hommes (et 86 % d'entre eux étaient blancs).

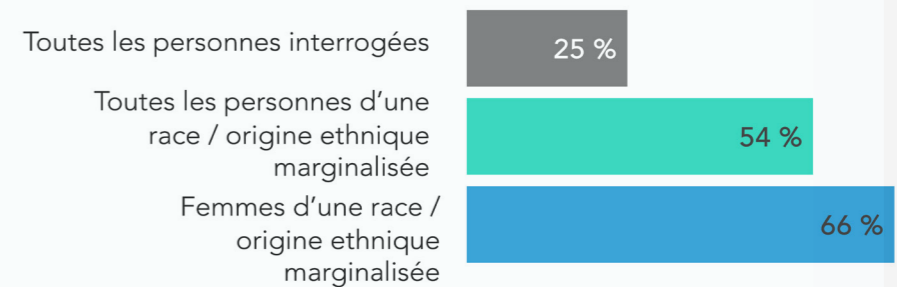
## Les identités marginalisées sont un facteur aggravant

Pour toutes les formes de discrimination, les personnes directement touchées sont plus susceptibles de déclarer que l'industrie est discriminatoire. Cela inclut les discriminations fondées sur la race / l'origine ethnique, l'âge, le statut socio-économique, le handicap, l'orientation sexuelle, la situation familiale et la religion. Par exemple, seuls 25 % de l'ensemble des personnes interrogées déclarent considérer l'industrie comme généralement discriminatoire en fonction de la race ou de l'origine ethnique. Toutefois, ce chiffre passe à 54 % pour les personnes appartenant à une communauté raciale ou ethnique marginalisée. Cette proportion atteint même 66 % chez les femmes appartenant à une communauté raciale ou ethnique marginalisée. L'identité est un facteur aggravant : il est plus difficile d'être une artiste femme, et plus difficile d'être un·e artiste de couleur, mais il est encore plus difficile d'être une artiste femme de couleur.

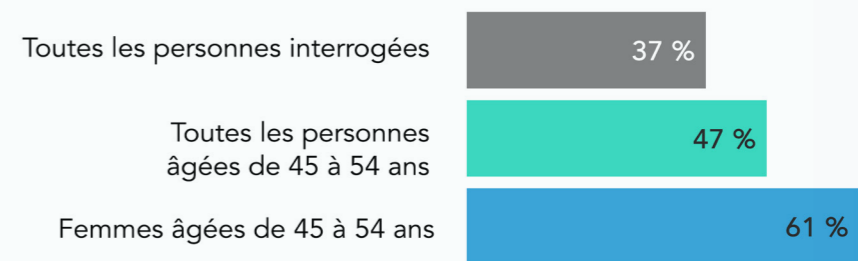
## Le genre recoupe d'autres formes de discrimination

Pourcentage de personnes interrogées qui considèrent que l'industrie est généralement discriminatoire en fonction de...

### LA RACE / L'ORIGINE ETHNIQUE



### L'ÂGE



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

MIDiA.

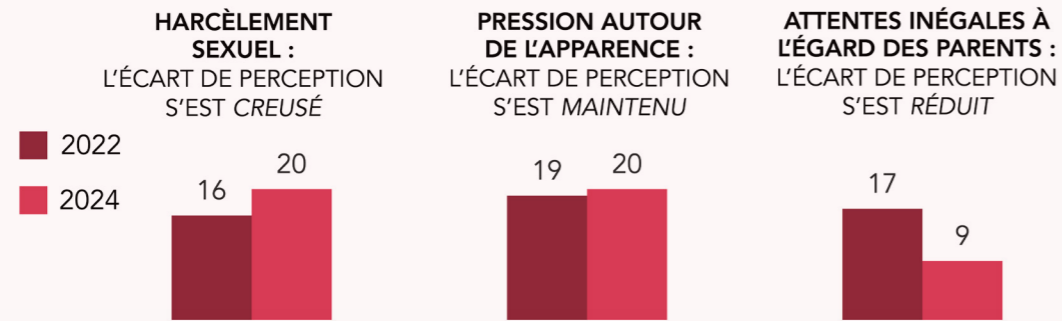
## La génération Z est moins susceptible de percevoir une discrimination

Fait intéressant, les femmes de la génération Z sont moins susceptibles de percevoir une discrimination de genre que les générations plus anciennes, ce qui pourrait refléter l'amélioration des conditions : 31 % des femmes âgées de 16 à 24 ans considèrent que l'industrie est généralement discriminatoire en fonction du genre, contre 54 % des 25-34 ans et 42 % des 55 ans ou plus. Il se peut également que ces femmes n'aient pas encore passé suffisamment de temps dans l'industrie pour être victimes de discrimination.



## Mesurer le changement

L'écart entre le pourcentage d'hommes et le pourcentage de femmes qui déclarent être souvent témoins du problème, étude de 2022 par rapport à l'étude de 2024



Sources : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146. MIDiA Research, Believe, enquête TuneCore sur les femmes dans la musique en 2022, enquête mondiale, tous les hommes et toutes les femmes, n = 1 003

MIDiA.

**Les choses ont-elles changé ?** Cela dépend du problème. Par exemple, l'écart de perception entre la proportion de femmes et d'hommes qui sont souvent témoins de la pression autour de l'apparence est de 20 points de pourcentage, contre 19 dans notre étude de 2022, ce qui indique que l'écart de perception pour ce problème est resté le même. En revanche, l'écart s'est légèrement creusé en ce qui concerne la perception du harcèlement sexuel et s'est réduit en ce qui concerne les attentes inégales à l'égard des parents / personnes qui s'occupent d'enfants.

## Appels à l'action :

- **Tout le monde :** Lisez et diffusez des recherches telles que l'[USC Annenberg Inclusion Initiative](#) et le [rapport d'impact de la Black Music Action Coalition](#). Rejoignez la campagne britannique [HeForShe](#) et téléchargez ses kits d'action. Signez l'engagement [BE THE CHANGE dans la musique](#). Créez une alliance en faveur de l'égalité de genre sur votre lieu de travail. Encouragez les hommes à devenir des alliés et à avoir des conversations ouvertes sur le lieu de travail et dans les cercles sociaux qui remettent en question la culture du silence.
- **Direction et RH :** Modifiez les politiques d'embauche pour tenir compte de l'expérience différenciée, veillez à ce que les entreprises soient accueillantes envers les différentes identités afin de les encourager à postuler, et soutenez les nouvelles recrues grâce au mentorat et à la formation. Les quotas de diversité<sup>21</sup> risquent de devenir symboliques, car ils sont uniquement axés sur les chiffres, mais ils constituent un autre outil utile pour aborder la question de la représentation à tous les niveaux. Utilisez des bases de données telles que [INPINK](#) et [Women Who Create](#) pour trouver des candidat·e·s plus diversifié·e·s. Sensibilisez les employé·e·s par le biais de lectures obligatoires, d'ateliers et de discussions régulières qui favorisent l'empathie. Ce point est particulièrement important à mesure que l'industrie s'égalise, car les personnes qui ne ressentent plus les avantages d'un traitement préférentiel peuvent avoir l'impression que l'industrie devient injuste à leur égard.
- **Programmeur·rice·s :** Engagez-vous à diversifier votre couverture et/ou votre liste, ce qui commence par une équipe de programmeur·rice·s diversifiée. La diversité dans ces rôles se répercute à tous les niveaux. Les journalistes, A&R (responsables de la découverte de nouveaux talents et de la signature des contrats), promoteurs et autres programmeurs « *aiment se voir dans leurs artistes, et aiment se voir réussir* », comme l'a dit un·e créateur·rice.

<sup>21</sup> Quotas de diversité : exigence selon laquelle un pourcentage minimum déterminé de personnes dans un groupe doit appartenir à un genre donné ou à une race / origine ethnique donnée, ou présenter certaines caractéristiques.

# DISSONANCE NUMÉRIQUE

## Les personnes interrogées éprouvent un mélange de curiosité et d'inquiétude à l'égard des technologies émergentes

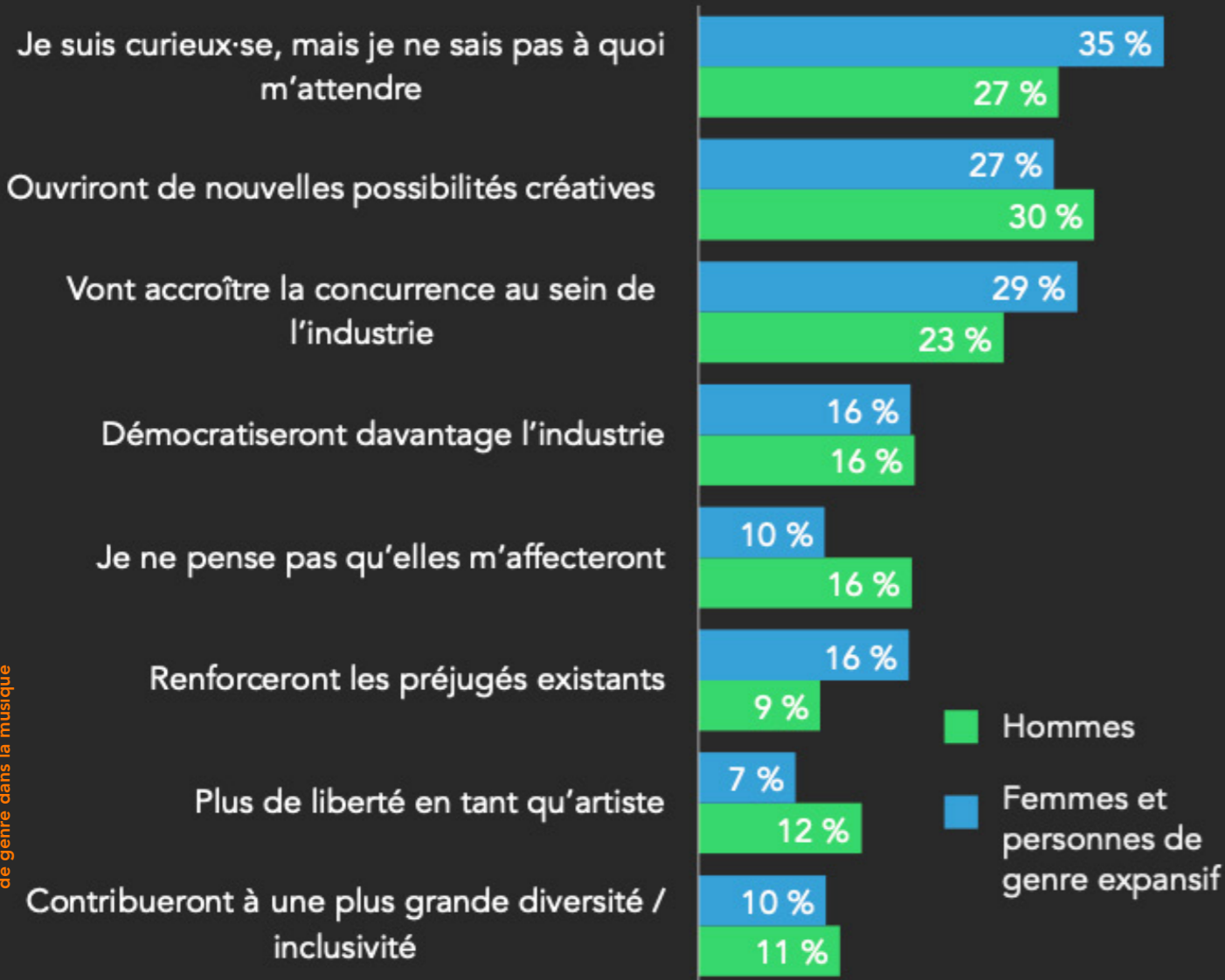
« Selon vous, quel impact les technologies émergentes telles que l'IA auront-elles sur l'industrie musicale ? »

mars 2024

believe x tuneCORE

MIDI.A

2024. BE THE CHANGE | L'égalité de genre dans la musique



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

Les créateur·rice·s s'appuient sur leur expérience passée des technologies émergentes lorsqu'ils/elles anticipent les innovations futures, en particulier l'intelligence artificielle (IA). En conséquence, les femmes et les personnes de genre expansif s'inquiètent davantage que les hommes de la possibilité que l'IA exacerbe la concurrence et renforce les inégalités et préjugés existants. En revanche, les hommes sont plus confiants dans le fait que les technologies telles que l'IA ne les affecteront pas ou leur donneront plus de liberté en tant que créateurs.

### Les nouvelles frontières sont porteuses de possibilités et de difficultés

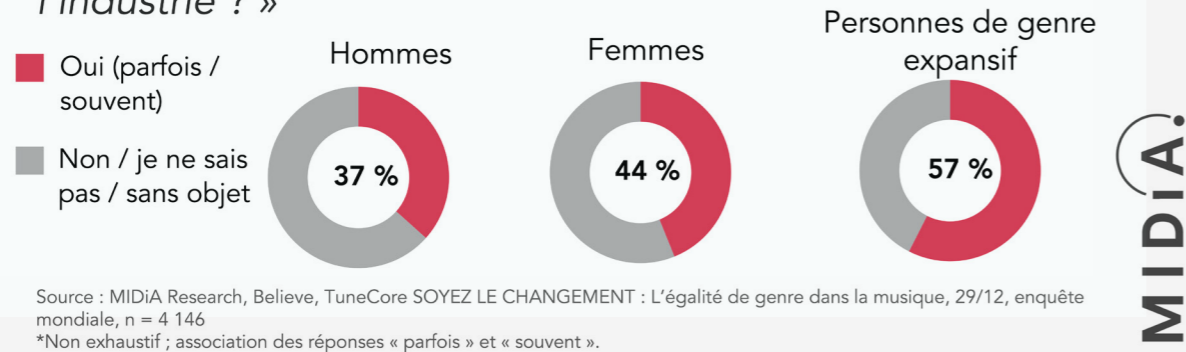
Selon Linn, le talent « ne peut pas être caché » à l'ère des réseaux sociaux, qui ont catalysé une plus grande diversité dans la musique populaire. Les espaces virtuels de travail à distance permettent également aux créatrices d'éviter des situations potentiellement dangereuses, comme celle d'être invitée à une séance nocturne dans le studio privé d'un producteur, ainsi que l'a raconté une créatrice : « Il ne m'envoyait pas les chansons ; il voulait que je vienne les écouter. »

Cependant, les réseaux sociaux peuvent également ouvrir la porte à la toxicité et à l'objectification. 37 % des hommes ont été victimes de brimades ou d'intimidation en ligne, contre 44 % des femmes et 57 % des personnes de genre expansif. En outre, alors que seulement 13 % des femmes en ont souvent été victimes, cette proportion s'élève à 25 % chez les personnes de genre expansif. Cette tendance semble également liée à l'âge<sup>22</sup>, les femmes âgées de 35 à 44 ans étant les plus susceptibles d'être victimes de brimades / d'intimidation en ligne, toutes tranches d'âge confondues.

<sup>22</sup> Agisme : préjugés, discrimination ou brimades à l'encontre de personnes ou de groupes en raison de leur âge.

## Les hommes sont moins susceptibles d'être victimes de harcèlement en ligne

La question : « Avez-vous été victime de brimades / d'intimidation en ligne au cours de votre carrière dans l'industrie ? »



### La bataille de l'algorithme

Les plateformes de réseaux sociaux sont de plus en plus importantes pour la distribution et la commercialisation de la musique, ce qui signifie qu'il faut s'adapter aux préférences des algorithmes. Paradoxalement, cela limite la diversité de la présentation, même si cela favorise la diversité de la substance. La pression exercée pour que l'identité des artistes soit présentée sous la forme de petits clips, faciles à consommer, sur les réseaux sociaux peut également s'avérer préjudiciable. La mise en avant de l'âge, de la sexualité ou de l'identité de genre d'un·e artiste dans les titres, les messages et les stratégies de marketing peut susciter l'engagement et inspirer d'autres personnes, mais peut aussi reproduire les préjugés et les stéréotypes existants.

### Les vieilles habitudes ont la vie dure

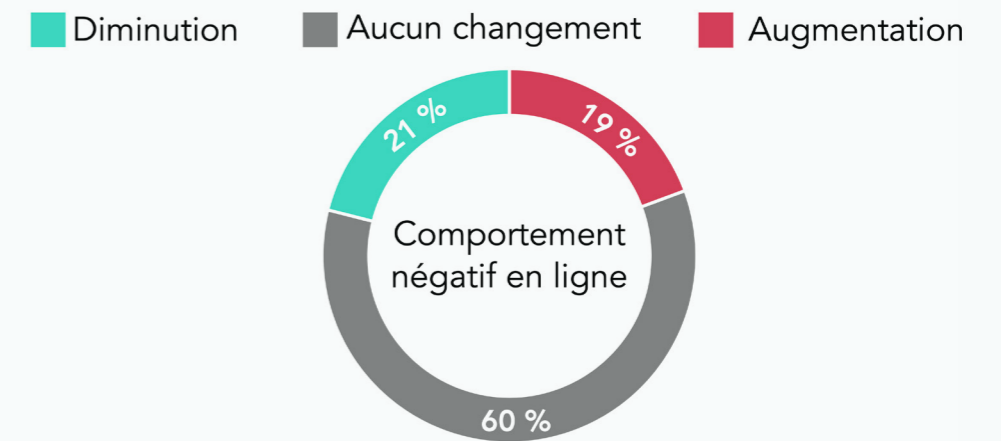
À la suite de ces expériences, les créateur·rice·s, en particulier les femmes et les personnes de genre expansif, restent prudent·e·s à l'égard de l'IA. Les hommes sont les plus susceptibles de déclarer qu'ils s'attendent à ce que l'IA ouvre de nouvelles possibilités / capacités créatives et qu'ils sont « curieux, mais ne savent pas à quoi s'attendre ». Les personnes de genre expansif ont un point de vue plus contradictoire. Bien qu'elles soient également les plus susceptibles de s'attendre à ce que l'IA génère de nouvelles possibilités et capacités créatives, elles sont tout aussi susceptibles de déclarer qu'elle « va accroître la concurrence au sein de l'industrie / va faire qu'il sera plus difficile d'y progresser », et deux fois plus susceptibles que les hommes de penser que l'IA renforcera les préjugés existants.

Les femmes sont les plus prudentes, 36 % d'entre elles déclarant qu'elles sont « curieuses, mais ne savent pas à quoi s'attendre » et 29 % pensant que l'IA « va accroître la concurrence au sein de l'industrie / va faire qu'il sera plus difficile d'y progresser ».

Seulement 10% de toutes les personnes interrogées déclarent que l'IA contribuera à donner plus de visibilité à des voix diverses. Ces préoccupations résident dans le fait que les modèles d'IA sont formés sur de vastes ensembles de données qui véhiculent des préjugés historiques, notamment en favorisant les artistes masculins ainsi que les styles et les sons dominants. Ainsi, les outils développés sans tenir compte de la nuance et de la diversité peuvent reproduire aveuglément les inégalités existantes.

## Mesurer le changement

La question : « En ce qui concerne votre expérience dans la musique au cours des deux dernières années, comment les aspects suivants ont-ils évolué, selon vous ? »

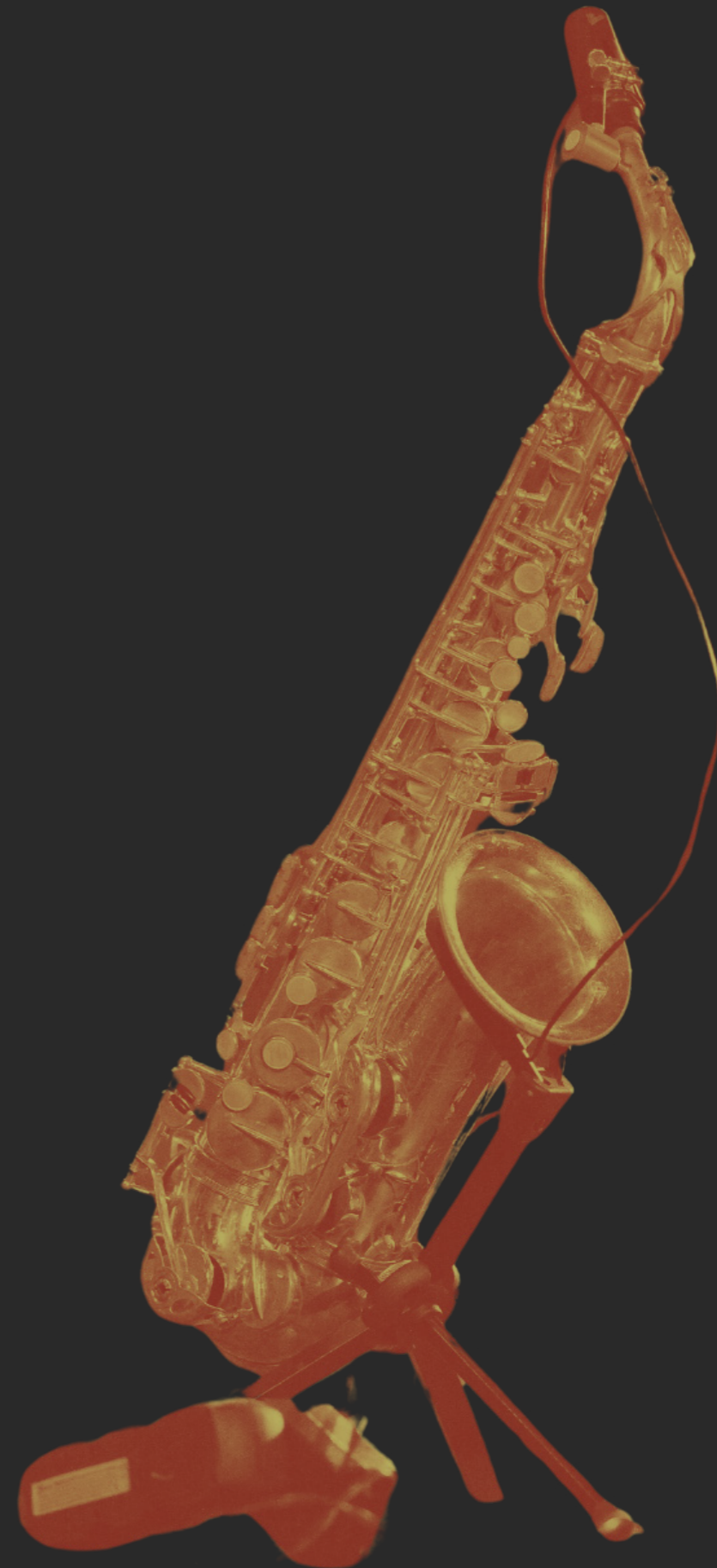


Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : toutes les données concernent les femmes et les personnes de genre expansif interrogées.

**Les choses ont-elles changé ?** La majorité des femmes et des personnes de genre expansif n'ont constaté aucun changement dans le comportement négatif, agressif ou inapproprié du public en ligne au cours des deux dernières années, tout comme les hommes. Les personnes de genre expansif sont plus susceptibles de déclarer que ce comportement a augmenté (27 %) que les femmes (18 %). Bien que les femmes âgées de 35 à 44 ans soient les plus susceptibles d'en être victimes, les femmes âgées de 16 à 24 ans sont les plus susceptibles de déclarer que ce comportement a augmenté.

### Appels à l'action :

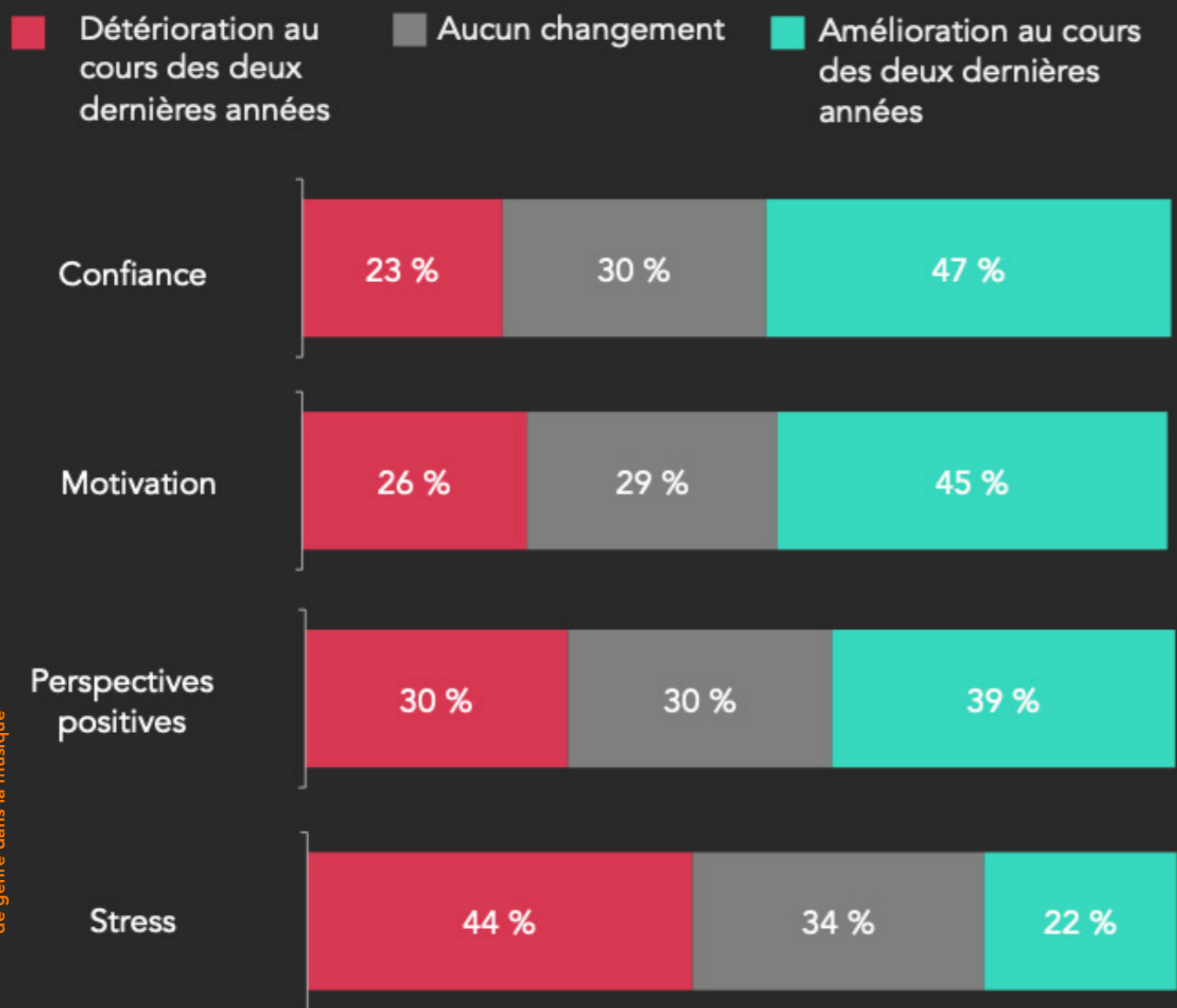
- **Tout le monde** : Avant de publier un message en ligne, arrêtez-vous et réfléchissez à son impact potentiel et à la possibilité qu'il nuise à l'artiste. Signalez les cas de cyberintimidation / cyberharcèlement lorsque vous en rencontrez. Apprenez à repérer les « deepfakes » (le [Massachusetts Institute of Technology Media Lab](#) dispose de ressources utiles) et réfléchissez à la manière dont vous interagissez avec eux, car cela pourrait inciter les algorithmes à les promouvoir.
- **Équipes de créateur·rice·s** : Offrez un soutien judicieux en matière de technologie, afin d'informer les artistes et de les aider à faire face aux difficultés et aux possibilités de l'IA. Allégez, dans la mesure du possible, le poids que représente le maintien d'une présence sur les réseaux sociaux. Les équipes devraient assumer un devoir de vigilance à l'égard du bien-être mental et physique de leurs créateur·rice·s, notamment en les protégeant des contenus négatifs en ligne (en bloquant les intimidateurs, en signalant les commentaires inappropriés, etc.) et en évitant de simplifier à l'extrême leur identité pour l'adapter aux tendances algorithmiques.
- **Industrie de l'IA** : Diversifiez les données de formation et testez régulièrement les systèmes d'apprentissage automatique pour veiller à ce que les algorithmes atténuent les préjugés. Concevez de nouveaux outils en gardant à l'esprit la protection des droits des créateur·rice·s.
- **Gouvernements** : Veillez à ce que la protection des créateur·rice·s soit intégrée dans la législation relative à l'IA, notamment en ce qui concerne les droits d'auteur et les « deepfakes »<sup>23</sup>. Réprimez l'utilisation illégitime ou préjudiciable de l'image et de la propriété intellectuelle.
- **Établissements d'enseignement** : En plus d'informer les étudiant·e·s des effets négatifs de la cyberintimidation, formez-les aux technologies telles que l'IA et à la manière de les utiliser de manière éthique.



23 Deepfake : un type d'IA générative utilisé pour créer du faux contenu audio, visuel ou vidéo.

# 5 SANTÉ MENTALE

## La confiance et la motivation se sont améliorées pour près de la moitié des femmes et des personnes de genre expansif interrogées



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

Évoluer dans l'industrie peut être très éprouvant mentalement, au point que certain·e·s créateur·rice·s estiment que « cette carrière est plus mentale que physique », comme le dit Khanyisa. Les difficultés disproportionnées auxquelles sont confrontées les femmes et les personnes de genre expansif contribuent à leur faire porter un fardeau plus lourd que celui des hommes en matière de santé mentale.

### La confiance et la motivation augmentent

Tout d'abord, quelques nouvelles positives. Près de la moitié des femmes et des personnes de genre expansif interrogées déclarent que leur confiance et leur motivation personnelle se sont améliorées au cours des deux dernières années, soit seulement quatre points de pourcentage de moins que les hommes (51 %). C'est encourageant, étant donné que toutes les personnes ayant participé à l'entretien ont cité le manque d'estime de soi comme l'un des principaux obstacles auxquels elles se sont heurtées au début de leur carrière et que l'amélioration de leur confiance en soi a été l'une des principales raisons de leur persévérance. Les femmes (39 %) et les personnes de genre expansif (40 %) sont également plus nombreuses que les hommes (24 %) à déclarer qu'elles ont accès à des conseils en matière de santé mentale, qu'elles y aient recours ou non. Exprimer sa confiance en soi peut s'avérer compliqué pour les femmes, car certaines des personnes ayant participé à l'entretien ont déclaré que leur affirmation de soi se heurtait à des réactions négatives. « Si j'étais ferme et que j'essayais d'obtenir ce qui avait été convenu, on me disait que j'étais agaçante, hystérique, indésirable et que je devais me taire », explique Valenzuela. Cependant, Linn dit avoir appris que « la façon dont vous entrez dans la pièce dicte la manière dont les gens vous traiteront... je me présentais du genre "Oh mon dieu, merci beaucoup de faire ça pour moi", comme si je n'étais pas une collaboratrice égale dans la pièce ».



## Pour beaucoup, le stress s'est aggravé et les perspectives se sont dégradées

Près de la moitié des femmes (44 %) et des personnes de genre expansif (47 %) interrogées déclarent que le stress s'est aggravé au cours des deux dernières années, contre 27 % des hommes. Par ailleurs, 30 % des femmes et 34 % des personnes de genre expansif interrogées affirment que leurs perspectives positives se sont dégradées, contre 18 % des hommes. Les créateur·rice·s avec qui nous nous sommes entretenus ont décrit les effets prolongés sur leur santé mentale d'un « *sentiment programmé de n'en faire jamais assez* », qui a parfois conduit à des crises de panique et à la nécessité d'interrompre leur carrière. Là encore, l'identité est un facteur aggravant : le stress s'est aggravé pour plus de la moitié (56 %) des femmes LGBTQIA+ et pour 46 % des femmes issues de groupes raciaux / ethniques marginalisés. Les professionnel·le·s sont également plus susceptibles de voir leur niveau de stress s'aggraver que les créateur·rice·s, 53 % des professionnelles femmes déclarant que leur stress s'est aggravé, contre

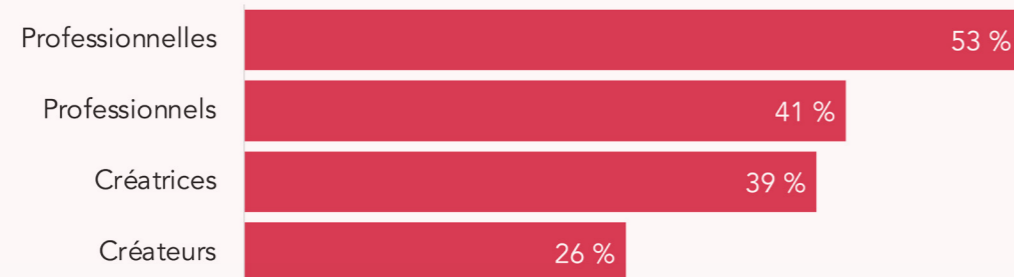
**Les choses ont-elles changé ?** Comment expliquer que la confiance et la motivation augmentent alors que le stress s'aggrave et que les perspectives se dégradent ? Des facteurs plus larges sont probablement en jeu, tels que la crise liée au coût de la vie. La confiance et la motivation sont en grande partie des facteurs internes, alors que le stress et les perspectives sont davantage liés à des facteurs externes sur lesquels on n'a pas de prise. En outre, l'évolution rapide de l'industrie musicale peut à la fois élargir l'éventail des compétences d'un·e créateur·rice et ses espoirs de réussite, tout en rendant le chemin vers cette réussite incertain. Le stress d'une industrie musicale hyperconcurrentielle, axée sur le streaming et les réseaux sociaux, joue probablement aussi un rôle à cet égard. Nombre des personnes ayant participé à l'entretien se sont dites préoccupées par le fait que la « durée de vie » des nouveaux albums diminue et que les exigences de la création de contenu sur les réseaux sociaux leur laissent moins de temps pour faire de la musique.

### Appels à l'action :

- **Équipes de créateur·rice·s** : Faites appel à des organisations telles que [Backline](#) pour mettre les créateur·rice·s en contact avec des conseillers en santé mentale et exploitez des ressources telles que le [Wellbeing Guidance Pack](#) de la Musicians' Union. Suivez le cours [Mental Health First Aid](#) pour apprendre à identifier, comprendre et réagir aux signes de maladie mentale et de troubles liés à l'abus de substances. Apportez des aménagements pour que les créateur·rice·s puissent se reposer et s'absenter du travail. Faites tout ce qui est possible pour alléger le fardeau que représente pour ces personnes le maintien d'une présence sur les réseaux sociaux. Attaquez-vous à la discrimination et aux facteurs plus larges qui sont les causes profondes d'une mauvaise santé mentale
- **Maisons de disques, prestataires de services numériques et dirigeants de l'industrie** : Le stress et les perspectives négatives sont étroitement liés à la faible rémunération et à l'état de plus en plus concurrentiel d'une industrie musicale axée sur le streaming et les réseaux sociaux. En garantissant aux créateur·rice·s des voies claires vers le revenu et la stabilité, on les aidera à avoir des perspectives plus positives et à réduire leur stress (en plus d'ouvrir la voie à la réussite d'un plus grand nombre de créateur·rice·s femmes et de genre expansif)
- **Établissements d'enseignement** : Renforcez la confiance des étudiant·e·s dès le début en évaluant le travail de chacun·e de manière équitable, indépendamment du genre, et en leur donnant les moyens d'acquérir des compétences en matière de production et d'ingénierie (des organisations telles que [Women's Audio Mission](#) et [We Make Noise](#) proposent des ressources pratiques à cet effet)

### Les professionnel·le·s sont plus susceptibles que les créateur·rice·s de déclarer que le stress s'est aggravé

Les personnes qui ont indiqué que leur stress s'était aggravé au cours des deux dernières années



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque méthodologique : la taille de l'échantillon est insuffisante pour distinguer les professionnel·le·s de genre expansif.

# ÊTRE LE CHANGEMENT

Pour les femmes et les personnes de genre expansif, ces appels à l'action sont prioritaires :



Diversité dans les postes de pouvoir  
(45 %)



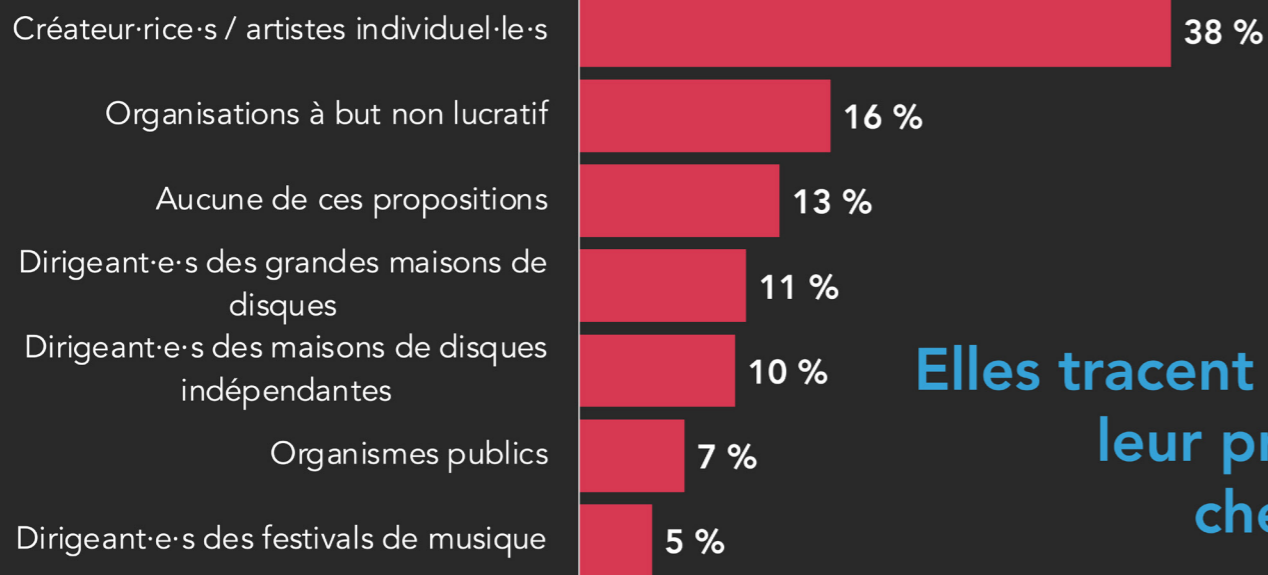
Transparence des rémunérations  
(38 %)



Application plus stricte des sanctions  
(36 %)

Mais elles ne font pas confiance aux dirigeant·e·s de l'industrie pour les mettre en œuvre

En quels dirigeants avez-vous le plus confiance pour faire évoluer l'industrie dans le bon sens ?



Elles tracent donc leur propre chemin.

Une plus grande diversité dans les postes de pouvoir, la transparence des rémunérations et une application plus stricte des sanctions en cas de harcèlement et de comportement inapproprié figurent en tête de la liste des initiatives qui, selon les femmes et les personnes de genre expansif interrogées, auront l'impact le plus positif sur l'industrie. Ces priorités sont partagées par les créateur·rice·s et les professionnel·le·s, les professionnel·le·s privilégiant une plus grande diversité dans les postes de pouvoir (61 %).

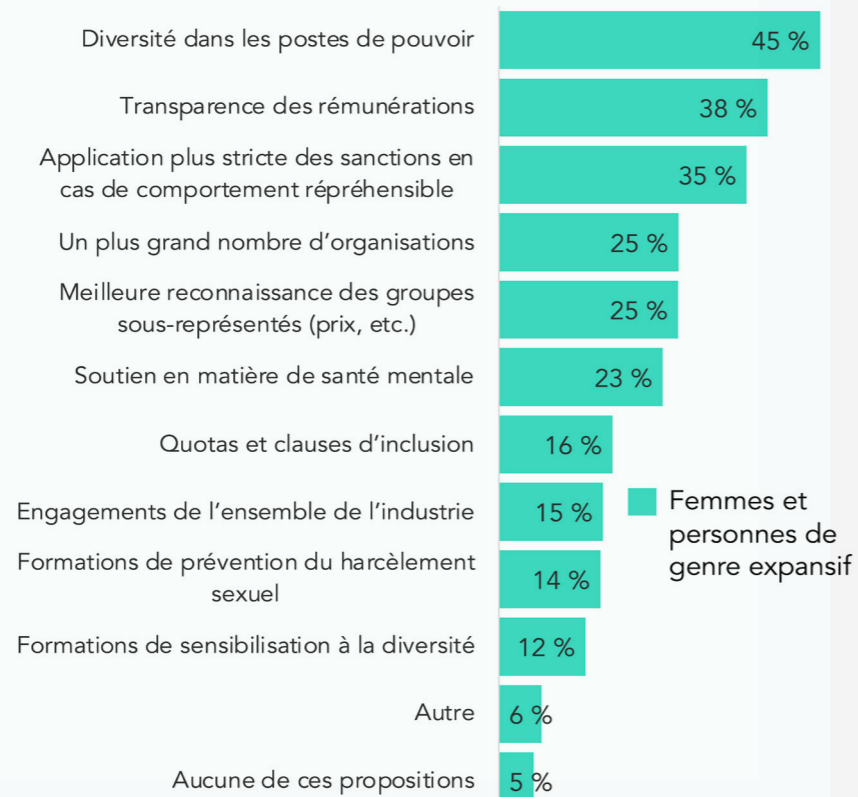
L'écart de perception freine le changement nécessaire

La plupart des hommes n'ayant pas une compréhension approfondie du spectre complet et de la profondeur des difficultés liées au genre, ils ont également des idées différentes en ce qui concerne les solutions. Par exemple, 29 % des hommes interrogés choisissent une meilleure reconnaissance, ce qui en fait leur deuxième choix le plus fréquent (derrière la transparence des rémunérations, à 34 %). En revanche, 25 % des femmes et des personnes de genre expansif choisissent une meilleure reconnaissance, ce qui en fait leur cinquième choix. Fait révélateur, les hommes sont également beaucoup moins susceptibles de choisir la diversité dans les positions de pouvoir (28 %).

Être le changement

Si les femmes et les personnes de genre expansif interrogées sont largement d'accord sur les changements nécessaires, elles ne font pas confiance aux dirigeant·e·s, tels que les cadres supérieurs des maisons de disques et les organismes gouvernementaux, pour les mettre en œuvre. 38 % font plutôt confiance aux créateur·rice·s et artistes individuel·le·s, comme le font 39 % des hommes, ce qui en fait une tendance plus générale dans l'ensemble de l'industrie. Nombre de créateur·rice·s choisissent d'être à l'origine du changement, que ce soit en créant leur propre organisation (comme Ruidosa de Valenzuela), en acquérant de nouvelles compétences (comme Yasmina qui apprend à produire de la musique), en signant avec une maison de disques qui soutient activement les groupes défavorisés (dans le cas de Linn, Nvak Collective) ou même en lançant leur propre maison de disques, à l'instar d'AlunaGeorge (Noir Fever).

La question : « Selon vous, quelles sont les initiatives susceptibles d'avoir l'impact le plus positif sur l'industrie musicale à l'avenir ? (Sélectionnez jusqu'à trois réponses) »



Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146

MIDI.A

Plusieurs des créateur·rice·s femmes et de genre expansif avec qui nous nous sommes entretenus ont déclaré avoir conclu qu'ils/elles ne pouvaient tout simplement pas s'épanouir dans le système des grandes maisons de disques. « Cet album est le plus important de ma carrière. Je dois être comprise, et ils ne me comprennent pas vraiment. Ils ne m'ont jamais vraiment comprise », a déclaré Valenzuela. « Nous ne renouvelons pas notre contrat, nous ne ferons plus partie d'une grande maison de disques ». Pour les dirigeants actuels de l'industrie musicale, il existe un impératif commercial et éthique de corriger les déséquilibres en matière de genre. S'ils ne font pas le nécessaire en ce qui concerne l'égalité de genre, ils risquent de s'aliéner la prochaine génération de créateur·rice·s. Le message est simple : faites changer les choses, ou vous ferez l'objet du changement.



# Appels à l'action

Les solutions commencent par un changement d'état d'esprit. Plutôt que de se concentrer sur ce que les femmes et les personnes de genre expansif peuvent faire pour éviter et résoudre des problèmes tels que la discrimination et le harcèlement, chacun devrait se demander ce qu'il peut faire pour éliminer ces problèmes.

Plus important encore, nous exhortons l'industrie musicale à se concentrer sur trois initiatives :

- Diversité dans les postes de pouvoir
- La transparence des rémunérations
- L'application plus stricte des sanctions en cas de harcèlement et d'agression

Parvenir à la diversité dans les échelons supérieurs est le chemin le plus rapide vers une industrie plus équitable. Elle empêche l'écart de perception d'entraver les progrès, permet à l'inclusivité de se répercuter à tous les niveaux, et donne aux futur·e·s créateur·rice·s et professionnel·le·s de tous horizons des modèles à suivre. La transparence des rémunérations est une étape nécessaire pour garantir que les personnes soient respectées et rémunérées pour leur travail et qu'elles progressent suffisamment pour être considérées comme des candidat·e·s à des postes de pouvoir. Chacun doit être informé des systèmes qui existent pour signaler les cas de harcèlement sexuel et d'agression sexuelle et être assuré que des mesures seront prises. Si les sanctions ne sont pas appliquées, ces comportements se normalisent et les victimes se sentent encore plus impuissantes.

Voici des recommandations concernant des mesures plus spécifiques que l'ensemble de l'industrie peut prendre et qui sont soutenues par les créateur·rice·s, les professionnel·le·s et les expert·e·s en matière de diversité et d'inclusion dans le cadre de notre étude.

# BE THE CHANGE

## L'égalité de genre dans la musique

### Tout le monde

- Réfléchissez aux observations contenues dans ce rapport, diffusez-les largement et discutez-en autour de vous
- Exprimez-vous lorsque vous êtes témoin ou victime d'un comportement répréhensible
- Engagez-vous à ne travailler qu'avec des partenaires dont le personnel est diversifié et/ou qui ont pris des engagements en matière d'égalité de genre (p. ex. [Keychange](#))
- Signez l'engagement [BE THE CHANGE dans la musique](#) et encouragez les autres à faire de même

### Créateur·rice·s

- Utilisez les bases de données de l'industrie (comme [INPINK](#) et [Women Who Create](#)) pour embaucher davantage de collaborateur·rice·s femmes et de genre expansif
- Engagez-vous à ne travailler qu'avec des partenaires dont le personnel est diversifié et/ou qui ont pris des engagements en matière d'égalité de genre (p. ex. [Keychange](#))
- Rejoignez des associations professionnelles telles que la [Musicians' Union](#) du Royaume-Uni et l'[American Federation of Musicians](#)
- Utilisez des lignes d'assistance téléphonique comme le [Local 802](#) de New York pour signaler les comportements répréhensibles
- Reconnaissez les déséquilibres de pouvoir qui peuvent dissuader les femmes de s'exprimer et empêchez tout contact sexuel, verbal ou physique, sur le lieu de travail

## Équipes de créateur·rice·s

- Assumez un devoir de vigilance pour protéger le bien-être mental et physique des créateur·rice·s. Les initiatives comprennent l'accès à des thérapies / conseils, l'examen des interactions sur les réseaux sociaux pour détecter les cas de harcèlement et d'intimidation, l'intégration de pauses dans l'emploi du temps des créateur·rice·s et l'instauration d'un système de compagnons (« buddy ») dans le studio d'enregistrement
- Comprenez que les créateur·rice·s auront des difficultés et des préférences différentes en fonction de leur contexte et de leur milieu, et soyez prêtes à vous adapter en conséquence (en particulier pour les parents et les personnes qui s'occupent d'enfants)

## Programmateurs·rice·s

(p. ex., les A&R, journalistes, promoteurs, comités de récompenses)

- Engagez-vous à diversifier votre couverture et/ou votre liste, ce qui commence par une équipe de programmeur·rice·s diversifiée
- Instituez des guides de bonnes pratiques et des normes, comme éviter d'utiliser l'âge, le genre ou l'orientation sexuelle d'un·e créateur·rice comme angle d'attaque dans les titres et le matériel de marketing, à moins que le/la créateur·rice ne le demande expressément et/ou ne l'accepte

## Lieux

(p. ex. les studios d'enregistrement, salles de spectacle, salles de conférence, etc.)

- Élaborez, affichez et appliquez des règles interdisant les comportements répréhensibles, incluez ces règles dans les accords contractuels et prenez des mesures proactives pour résilier les contrats avec les personnes qui les enfreignent
- Engagez-vous à assurer la diversité des représentations et de la programmation
- Offrez un soutien confidentiel à toute personne victime d'un comportement répréhensible sur votre site (p. ex. la campagne [Ask For Angela](#) au Royaume-Uni)

## RH / Direction

- Mettez en place des systèmes anonymes et confidentiels de signalement des comportements répréhensibles qui protègent les dénonciateurs contre les représailles et obligent les auteurs des faits à rendre compte de leurs actes
- Diversifiez les comités d'embauche et, si possible, instituez l'embauche à l'aveugle
- Nommez des équipes diversifiées pour diriger l'élaboration de politiques visant à combattre l'inégalité
- Utilisez un langage clair et facile à comprendre dans les contrats pour lutter contre le manque de transparence
- Incluez des fourchettes de salaires dans toutes les descriptions de postes
- Consultez des ressources telles que les [directives de l'Association of Performing Arts Professionals](#) en matière de partenariats éthiques et équitables dans les arts du spectacle, par exemple, afin d'améliorer les politiques
- Publiez régulièrement des statistiques sur la diversité de votre personnel et/ou de votre liste de créateur·rice·s, en vous référant à des directives officielles telles que l'[indice d'égalité de genre](#)
- Organisez des formations annuelles obligatoires pour informer le personnel des formes de discrimination qui se croisent dans l'industrie, répondez à ses questions et discutez du rôle de l'entreprise dans l'amélioration de l'industrie pour toutes et tous

## Gouvernements

- Élaborez une législation interdisant l'utilisation des accords de non-divulgence (NDA) dans les cas de harcèlement sexuel et d'agression sexuelle, ainsi que dans les cas de discrimination fondée sur une caractéristique protégée
- Assouplissez les restrictions syndicales (le cas échéant) pour permettre aux créateur·rice·s de s'organiser et de se protéger
- Adoptez une législation obligeant les employeurs à indiquer des fourchettes de salaires dans les offres d'emploi

## Organisations à but non lucratif

- Élaborez et diffusez des ressources pédagogiques accessibles en ce qui concerne le domaine commercial de l'industrie musicale (p. ex. [Gen Admission](#))
- Publiez des directives pour aider les créateur·rice·s et les dirigeant·e·s à comprendre les protections légales dont ils/elles bénéficient sur leur lieu de travail
- Plaidez en faveur de la protection des travailleur·se·s indépendant·e·s et contractuel·le·s
- Dirigez l'élaboration de guides en ligne accessibles, en faisant appel au crowdsourcing, concernant la fourchette de rémunération à laquelle les créateur·rice·s peuvent s'attendre pour certains concerts et événements
- Organisez des bourses pour les jeunes artistes femmes et de genre expansif (p. ex. [Women Make Music](#) de la fondation PRS) et envisagez de mettre en place des mesures telles que des subventions conditionnelles pour les entreprises qui soutiennent la diversité, l'équité et l'inclusion
- Élaborez des campagnes de sensibilisation et encouragez les hommes à participer aux événements



# RESUMES REGIONAUX

mars 2024

MIDIA believe x tuneCORE

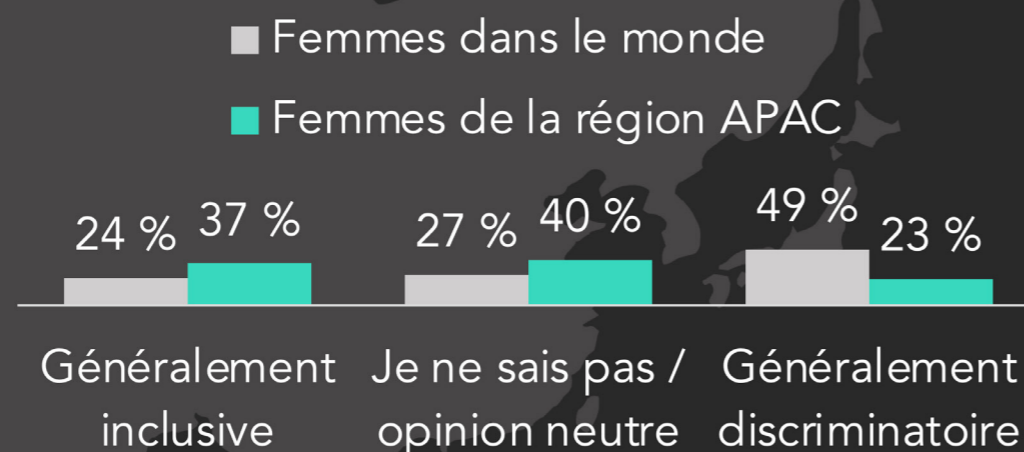
2024 BE THE CHANGE | L'égalité  
de genre dans la musique

# Asie-Pacifique

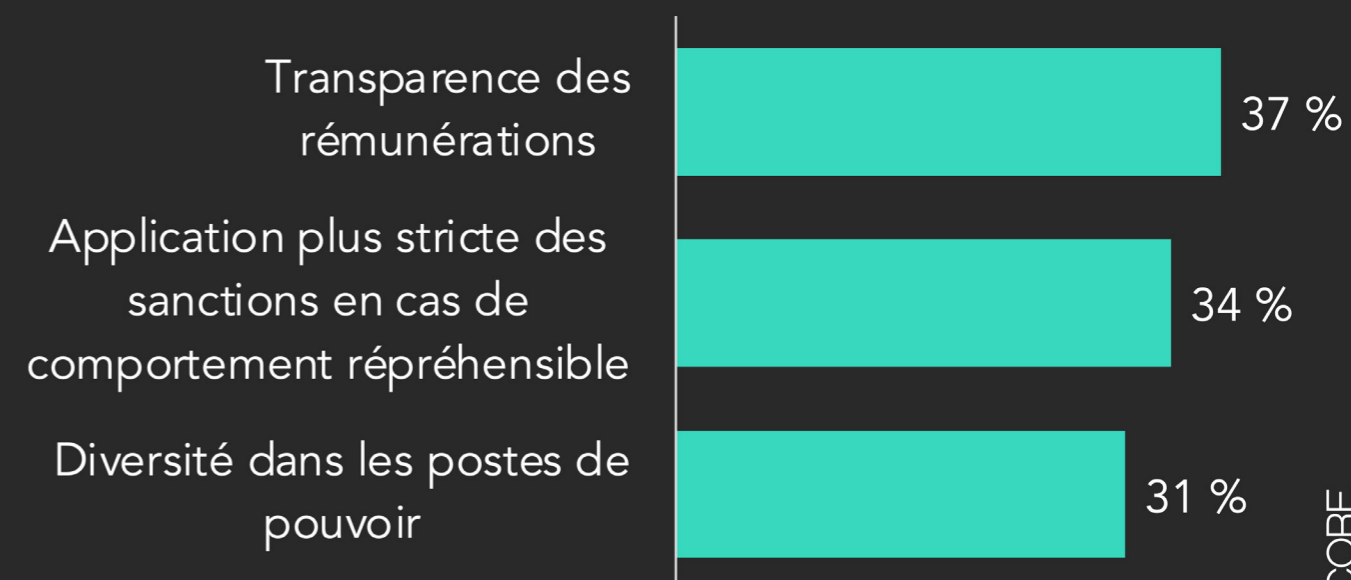
1 086 personnes interrogées

-  67 %\*
-  30 %
-  8 %
-  17 % de dirigeant·e·s
-  88 % de créateur·rice·s

## Perception de la discrimination de genre dans l'industrie musicale :



## Les trois principales initiatives de changement :



Les femmes de la région APAC (Asie-Pacifique) sont moins susceptibles que la moyenne de toutes les femmes de rencontrer des difficultés de carrière, telles que le blocage des possibilités. L'exception concerne les attentes à l'égard des parents, qui sont apparues comme un obstacle plus important pour les femmes de l'APAC.

Elles sont presque aussi susceptibles que la moyenne d'être victimes de harcèlement sexuel ou d'agression sexuelle, et moins susceptibles de signaler les agressions sexuelles. Leurs raisons reflètent le fait que les ressources de signalement sont

plus accessibles ici que dans d'autres pays, mais que les femmes sont plus susceptibles de craindre des représailles pour les avoir utilisées.

Une situation unique dans l'APAC, en particulier en Inde, est la relation étroite qui existe entre les industries du cinéma et de la musique. Les mannequins représentent souvent des chanteuses (mais pas des chanteurs) dans les vidéos, les obligeant à jouer un rôle « en coulisses » dans leur propre musique.

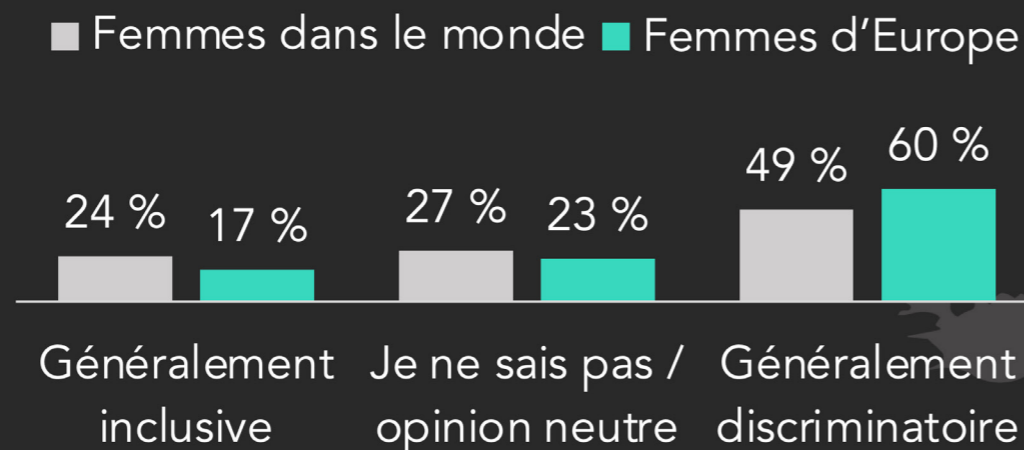
Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
 \*Les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

# Europe

1 232 personnes interrogées

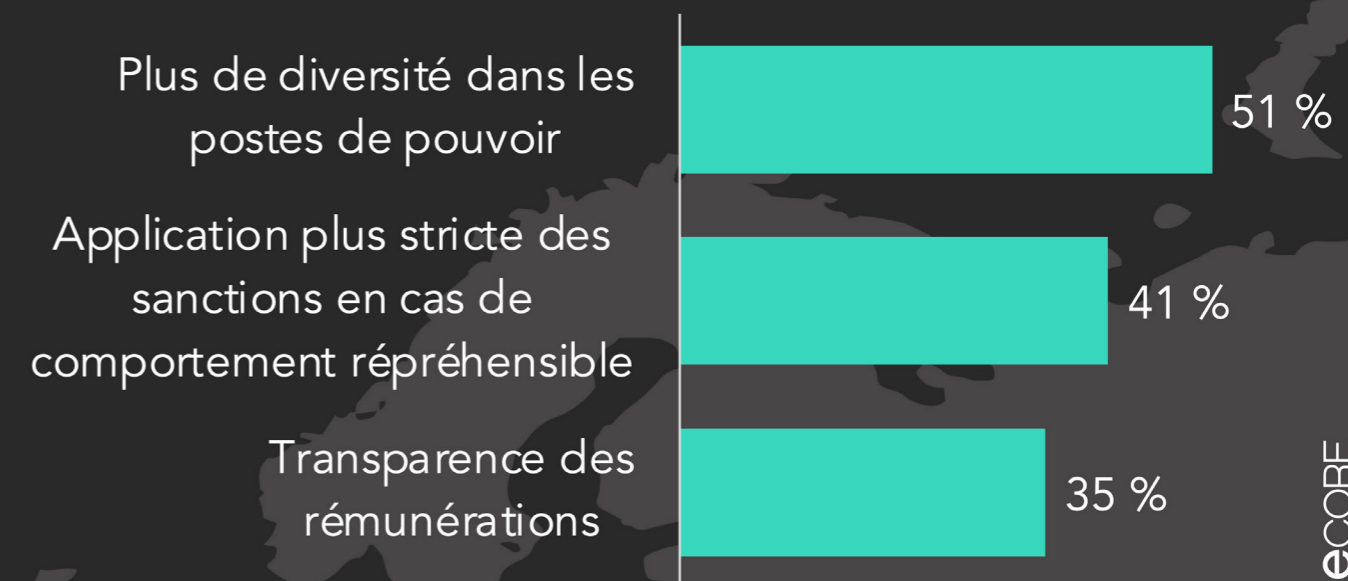
- ♂ 61 %\*
- ♀ 36 %
- ⚧ 5 %
- 💡 27 % de dirigeant·e·s
- 🎵 79 % de créateur·rice·s

## Perception de la discrimination de genre dans l'industrie musicale :



Les femmes en Europe sont plus susceptibles de considérer l'industrie comme discriminatoire en fonction du genre (ainsi que de la situation familiale, de l'âge et du handicap), en particulier dans la sphère commerciale. L'écart de perception entre les hommes et les femmes qui considèrent l'industrie comme discriminatoire en fonction du genre se creuse ici : 42 points de pourcentage en Europe, contre 33 pour la moyenne de tous les pays.

## Les trois principales initiatives de changement :





En Europe, les femmes et les personnes de genre expansif font état d'une moins bonne santé mentale dans l'ensemble et sont moins susceptibles de déclarer qu'une thérapie est à leur disposition. Elles sont presque aussi susceptibles que la moyenne d'être victimes de harcèlement sexuel et d'agression sexuelle.

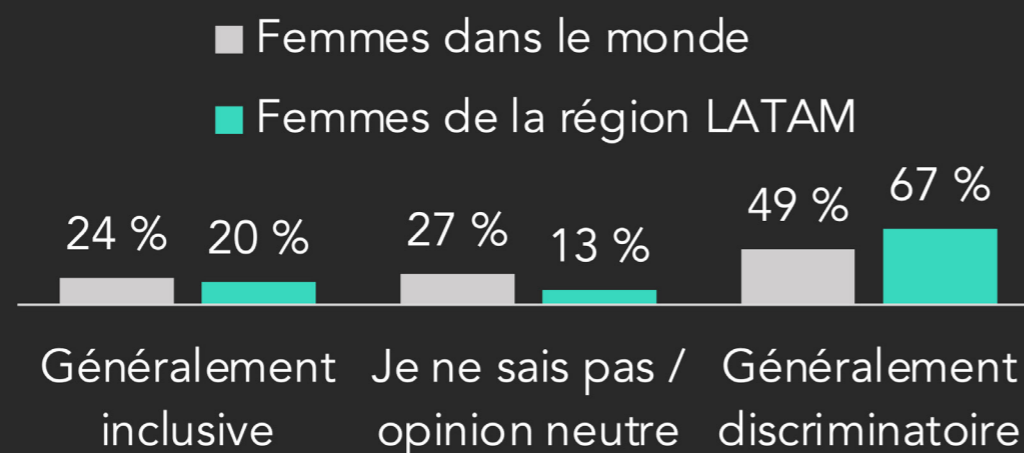
Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

# Amérique latine et Caraïbes

245 personnes interrogées

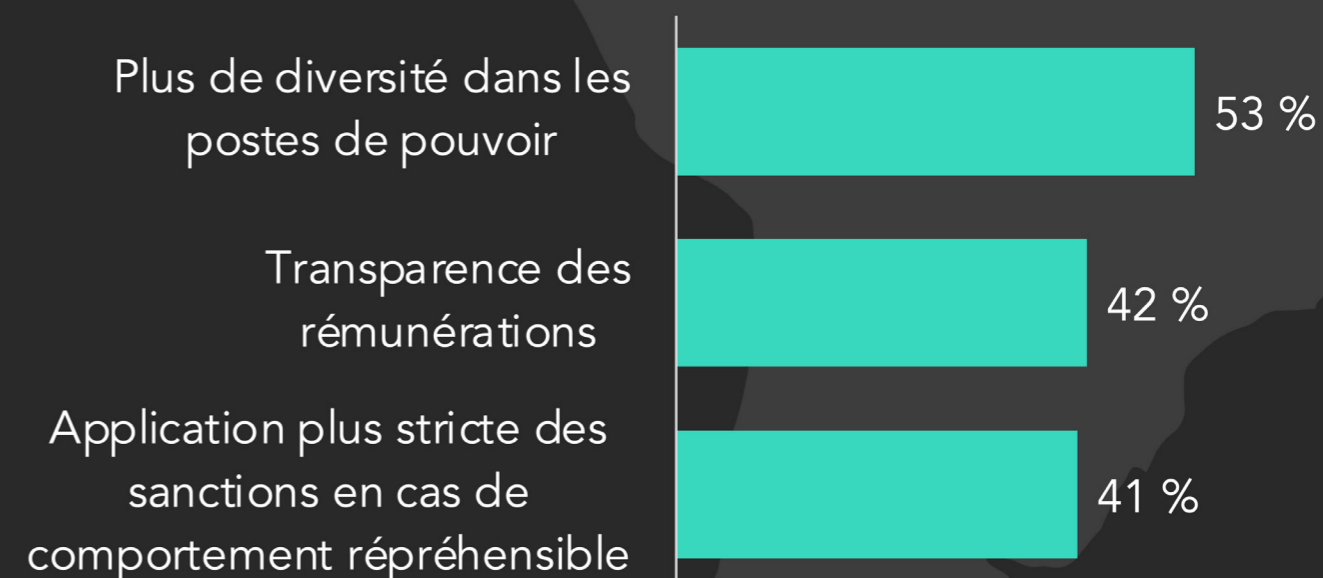
-  56 %\*
-  40 %
-  7 %
-  40 % de dirigeant·e·s
-  70 % de créateur·rice·s

## Perception de la discrimination de genre dans l'industrie musicale :



Les femmes de la région LATAM (Amérique latine) sont plus susceptibles de connaître une progression de carrière et une stabilité financière. Cependant, elles subissent également des taux plus élevés que la moyenne de pressions autour de l'apparence, de microagressions et de harcèlement, ce qui indique que la culture d'objectivation est un problème plus important.

## Les trois principales initiatives de changement :



Les résultats de l'enquête et les entretiens révèlent également un manque d'information et de communication, avec des « gardiens » aux échelons supérieurs qui bloquent les possibilités et un manque de transparence. Cette situation pourrait également entraîner des difficultés à signaler et à combattre les comportements répréhensibles. Toutefois, les personnes qui ont participé à l'entretien ont noté que cet écart se réduisait avec le temps.

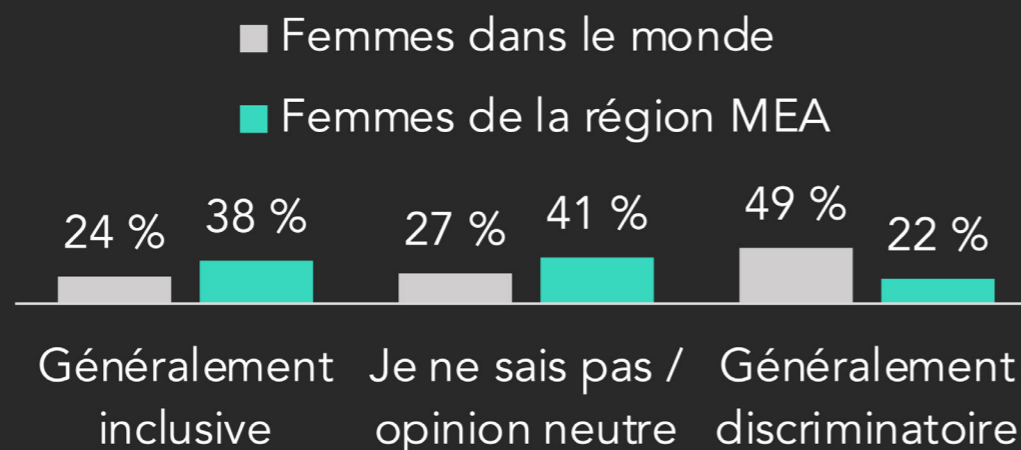
Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

# Moyen-Orient et Afrique

493 personnes interrogées

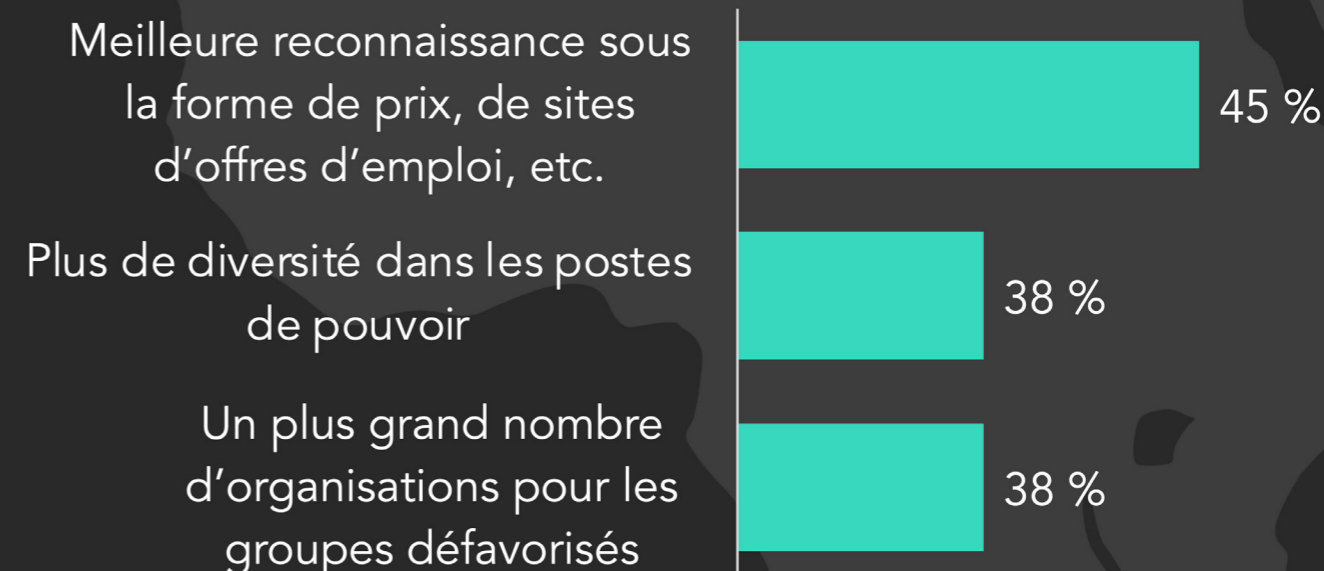
-  87 %\*
-  15 %
-  5 %
-  8 % de dirigeant·e·s
-  95 % de créateur·rice·s

## Perception de la discrimination de genre dans l'industrie musicale :



Quel que soit le genre, la lutte pour progresser dans leur carrière est la principale difficulté rencontrée par les créateur·rice·s de la région MEA (Moyen-Orient et Afrique). Si les femmes sont moins susceptibles de déclarer que l'industrie est discriminatoire en fonction du genre, elles notent des taux de diversité « pour le principe » légèrement plus élevés que la moyenne mondiale.

## Les trois principales initiatives de changement :



La région MEA est la seule région où une meilleure reconnaissance et un plus grand nombre d'organisations figurent parmi les trois principales initiatives de changement pour les femmes, ce qui montre que les femmes y recherchent encore des niveaux de soutien de base. De toutes les régions, les femmes de la région MEA sont les plus susceptibles de faire confiance aux dirigeant·e·s des grandes maisons de disques pour susciter des changements positifs, soit deux fois plus que la moyenne mondiale.

Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

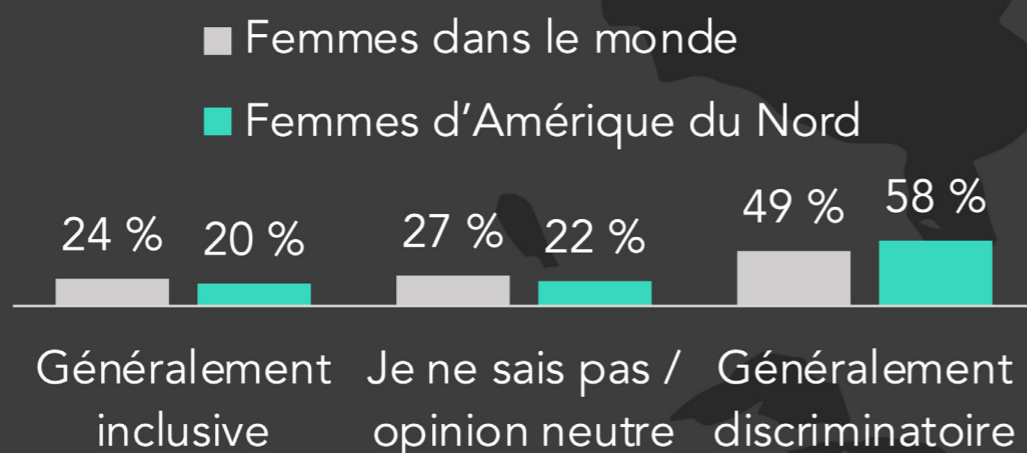


# Amérique du Nord

1 090 personnes interrogées

-  57 %\*
-  37 %
-  8 %
-  23 % de dirigeant·e·s
-  83 % de créateur·rice·s

## Perception de la discrimination de genre dans l'industrie musicale :



Les personnes interrogées en Amérique du Nord sont les plus susceptibles de faire état d'une plus grande variété de discrimination fondée sur d'autres caractéristiques identitaires en plus du genre, notamment la race, l'âge, le handicap et la situation familiale. Cela laisse présager des niveaux de difficulté extrêmement variés pour les personnes d'identités différentes.

## Les trois principales initiatives de changement :



65 % des femmes d'Amérique du Nord ont souvent été soumises à des pressions autour de l'apparence, soit le taux le plus élevé de toutes les régions, en plus des taux plus élevés d'autres pressions telles que la diversité « pour le principe », les microagressions et les stéréotypes. Cela se traduit également par un ensemble de difficultés à multiples facettes pour les personnes d'identités différentes.

Source : MIDiA Research, Believe, TuneCore SOYEZ LE CHANGEMENT : L'égalité de genre dans la musique, 29/12, enquête mondiale, n = 4 146  
Remarque : les fonctions et les identités de genre ne s'excluent pas mutuellement ; les personnes interrogées pouvaient en choisir plusieurs.

# GLOSSAIRE & RESSOURCES

mars 2024

believe x tuneCORE

MIDIA

2024 BE THE CHANGE | L'égalité  
de genre dans la musique

# Glossaire

**Agisme** : préjugés, discrimination ou brimades à l'encontre de personnes ou de groupes en raison de leur âge.

**Agression sexuelle** : contact sexuel intentionnel sans le consentement de l'autre personne, ou le fait de contraindre ou de forcer physiquement une personne à se livrer à un acte sexuel contre son gré.

**Créateur·rice·s** : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué être des créateur·rice·s de musique (y compris les solistes, les membres d'un groupe, les auteur·rice·s-compositeur·rice·s, les producteur·rice·s de musique, les ingénieur·e·s de studio, les ingénieur·e·s de mixage et de mastering, ainsi que les DJ).

**Diversité « pour le principe »** : pratique consistant à ne faire qu'un effort superficiel ou symbolique pour accomplir quelque chose, notamment en recrutant un petit nombre de personnes issues de groupes sous-représentés afin de donner l'apparence de la diversité au sein d'une main-d'œuvre.

**Écart de rémunération (ou écart de salaire)** : la différence de rémunération moyenne entre deux populations (dans ce rapport, les hommes par rapport aux femmes, et les hommes par rapport aux personnes de genre expansif).

**Écart de perception** : la tendance selon laquelle les personnes qui ne sont pas touchées par la discrimination sont moins susceptibles d'être conscientes de l'existence d'inégalités.

**Être mis sur liste noire** : éviter, fuir ou exclure délibérément quelqu'un, ou se méfier de cette personne, en raison de comportements ou d'activités jugés inacceptables.

# BE THE CHANGE

## L'égalité de genre dans la musique

**Embauche à l'aveugle** : le processus consistant à exclure les informations personnelles d'un·e candidat·e à un poste (telles que son nom ou sa photo) qui pourraient influencer ou biaiser une décision d'embauche.

**Genre expansif** : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué qu'elles s'identifiaient comme non binaires, agenres/neutrois, transgenres ou « autres ».

**Harcèlement sexuel** : remarques inappropriées, importunes ou avances physiques de nature sexuelle.

**Intersectionnel** : la nature interdépendante des catégories sociales telles que la race, la classe sociale, le genre et l'âge, et la manière dont elles créent des systèmes de discrimination ou de désavantage qui se chevauchent.

**LGBT+** : des individus qui s'identifient comme lesbienne, gay, bisexuel, transgenre, ou non-genré / neutre

**Microaggressions** : affronts verbaux, comportementaux ou environnementaux courants, intentionnels ou non, qui communiquent des attitudes hostiles, désobligeantes ou négatives à l'égard de groupes stigmatisés ou culturellement marginalisés (p. ex. les blagues sexistes ou racistes, les commentaires condescendants).

**Non binaire** : une personne dont l'identité de genre n'est ni tout à fait masculine ni tout à fait féminine.

**Non-genré/neutre** : une personne qui ne s'identifie pas avec le concept de genre.

**Objectification** : traiter une personne comme un objet ou un moyen de parvenir à une fin plutôt que comme un individu pleinement autonome.

**Professionnel·le·s** : désigne, dans ce rapport, le segment des personnes interrogées qui ont indiqué qu'elles occupaient des fonctions commerciales de niveau junior et supérieur dans l'industrie musicale (responsable marketing junior, PDG, etc.).

**Quotas de diversité** : exigence selon laquelle un pourcentage minimum déterminé de personnes dans un groupe doit appartenir à un genre donné ou à une race / origine ethnique donnée, ou présenter certaines caractéristiques.

**Transgenre** : avoir une identité de genre différente du genre assigné à la naissance



# Ressources

## Organisations

[She Is The Music](#)  
[Women In Music](#)  
[Amplify Her Voice](#)  
[Femme It Forward](#)  
[SheSaid.So](#)  
[Black Music Action Coalition](#)  
[Mamas in Music](#)  
[Women in CTRL](#)  
[Color of Music Collective](#)  
[We Are Moving the Needle](#)

## Bases de données de créateur·rice·s

[INPINK](#)  
[The Photo Ladies](#)  
[Book More Women](#)

## Santé mentale

[Backline](#)  
[Musicians' Union Wellbeing Guidance Pack](#)  
[Mental Health First Aid](#)

## Éducation & mentorat de carrière

[Gen Admission](#)  
[Sound Thinking NYC](#)  
[The Digilogue](#)  
[Gender Amplified](#)  
[Music Production for Women](#)  
[Women's Audio Mission](#)  
[Fem the Future](#)  
[Well Dunn Foundation](#)  
[Beats by Girlz](#)  
[Femme House](#)  
[Music Forward](#)  
[Gender Amplified](#)  
[SoundGirls](#)  
[Grammy U](#)  
[SITM Connect TogetHER](#)  
[Girl Connected](#)  
[Girls Who Listen](#)

## Bourses & opportunités

[Live Nation Women Fund](#)  
[Diversify The Stage Apprenticeship](#)  
[Live Nation Next Gen](#)

# BE THE CHANGE

## L'égalité de genre dans la musique

## Prévention & signalement du harcèlement

[Safe Tour](#)  
[Calling All Crows](#)  
[Safe Gigs For Women](#)  
[Local 802 AFM](#)  
[We Have Voice's Collective Code of Conduct](#)  
[Our Music My Body](#)  
[Ask for Angela](#)  
[Girls Against](#)

