

L'impact du streaming musical sur l'économie locale et l'émergence de nouveaux métiers au Maroc

The impact of music streaming on the local economy and the emergence of new professions in Morocco

Elias GHARBAOUI, (Doctorant)

*Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de Salé
 Université Mohammed V de Rabat, Maroc*

Taoufik DAGHRI, (Enseignant-Chercheur, PES)

*Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de Salé
 Université Mohammed V de Rabat, Maroc*

Adresse de correspondance :	Route Outa Hssain, Sala Al Jadida B.P. 5295 Salé MANAGEMENT, ENTREPRENEURIAT ET DEVELOPPEMENT (MED)
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude. Ils assument l'entière responsabilité de tout éventuel plagiat, de l'usage de l'intelligence artificielle dans la rédaction, ainsi que des résultats présentés dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	GHARBAOUI, E., & DAGHRI, T. (2026). L'impact du streaming musical sur l'économie locale et l'émergence de nouveaux métiers au Maroc. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 7(6), 864–875. https://doi.org/10.5281/zenodo.20719407
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 7, Issue 06 (2026)

L'impact du streaming musical sur l'économie locale et l'émergence de nouveaux métiers au Maroc

Résumé :

Cet article examine comment le streaming musical affecte l'économie locale au Maroc et les nouvelles professions au sein de l'industrie. Dans les pays développés, la dématérialisation est une réalité, mais elle n'est pas assez étudiée dans les économies émergentes d'Afrique du Nord.

Ce travail vise à combler cette lacune en présentant d'abord la croissance du streaming et son impact sur les revenus de la musique. L'étude examine ensuite la création de valeur à partir des redevances, de la visibilité numérique et des partenariats, tout en soulignant les limites du modèle (concentration des revenus, inégalités d'accès, comportements frauduleux et système juridique faible). Enfin, la recherche met en lumière la professionnalisation de cette industrie et le développement de nouvelles connaissances pour le marketing numérique, l'analyse de données et la gestion de communauté nécessaires pour gérer ce marché en pleine transformation.

Mots clés : Économie culturelle, Industries phonographiques, Économie numérique, transformation des compétences, Maroc, Afrique du nord.

Classification JEL : R11, Z11, Z10

Type du papier : Revue narrative

Abstract :

This article examines how music streaming affects the local economy in Morocco and the new professions within the industry. While digital distribution is a reality in developed countries, it remains understudied in the emerging economies of North Africa.

This work aims to fill this gap by first presenting the growth of streaming and its impact on music revenues. Next, it explores value creation from royalties, digital visibility, and partnerships, while highlighting the limitations of this model (revenue concentration, unequal access, fraudulent practices, and a weak legal system). Finally, the research sheds light on the professionalization of this industry and the development of new skills in digital marketing, data analysis, and community management necessary to navigate this rapidly changing market.

Keywords: Cultural economy, Phonographic industries, Digital economy, Skills transformations, Morocco, North Africa.

Classification JEL: R11, Z11, Z10

Paper Type: Narrative review

1. Introduction:

L'essor de l'économie numérique a profondément bouleversé les industries créatives et artistiques, et ce, au niveau mondial. Ce modèle qui repose principalement sur la technologie Cloud et le streaming numérique a redéfini les moyens de création et de distribution, permettant aux créateurs de s'affranchir des supports physiques pour une dématérialisation quasi totale de leurs produits.

Comme le souligne Wikström (2013), l'industrie phonographique a subi une mutation structurelle majeure en passant d'un modèle basé sur la distribution de produits physiques à un écosystème de services basé sur la connectivité et la dématérialisation.

Dans cette nouvelle configuration, la valeur n'est plus générée par la possession d'un support physique (vinyle, CD), mais par la facilité de l'accès à un catalogue virtuel global.

Ce basculement, qu'on constate à l'échelle mondiale, a aussi des effets très concrets au Maroc: la diffusion des plateformes numériques, l'évolution des revenus liés au streaming et la multiplication des artistes actifs ont redessiné les équilibres du secteur.

Les données de la Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique (IFPI, 2024) confirment cette dynamique : le streaming représente désormais 69 % des revenus mondiaux de la musique enregistrée. Au Maroc, cette transition se traduit par une croissance du marché de 8,4 % dès 2021, portée par l'omniprésence des plateformes digitales (IFPI, 2022).

Bien que la transition vers la « Cloud Music » théorisée par Wikström (2013) soit devenue une réalité sur la scène mondiale, les répercussions économiques sur les revenus demeurent l'objet d'un débat académique actif.

Aguiar et Waldfoegel (2018) ont montré que bien que le streaming modifie structurellement la manière dont les gains sont distribués, celui-ci a un impact massif (stimulant positivement ou négativement les ventes) sur la maturité et l'ampleur du marché national et que bien que ces aspects soient également décrits pour les pays développés, il existe un certain vide scientifique concernant les effets de cette transition dans les économies émergentes, notamment au Maroc et plus largement au niveau de l'Afrique du Nord.

Ainsi, malgré la montée fulgurante des plateformes numériques au Maroc, la manière dont la création de la valeur locale est gérée et les mécanismes de redistribution des revenus ne sont toujours pas clairs.

Dès lors, une problématique centrale s'impose : Dans quelle mesure le streaming musical redéfinit-il la création de valeur économique locale et transforme-t-il les compétences professionnelles au Maroc ?

Pour y répondre, cet article examine d'une part les opportunités structurelles et les barrières macroéconomiques du marché marocain, et analyse d'autre part les dynamiques de professionnalisation des acteurs face aux technologies numériques.

Suite à cette introduction nous nous attarderons sur le cadre conceptuel ainsi qu'une revue de littérature sur l'économie des plateformes, les marchés bifaces et l'économie de la musique numérique. La troisième section présente la méthodologie adoptée pour cette revue narrative. La quatrième section, quant à elle, passe en revue le contexte du streaming au Maroc et les mécanismes de création de richesse ainsi que les limitations structurelles du marché local. La section qui suit décrit le changement de compétences, la restructuration de la chaîne de valeur et le développement de nouvelles professions au sein de l'écosystème musical marocain.

L'écosystème numérique marocain ne peut être évalué, néanmoins, sans considérer le phénomène de pénétration numérique des technologies de l'information en Afrique du Nord. Ainsi, le passage de la rareté physique à l'abondance numérique est un changement structurel qui ne correspond pas au marché local. En effet, alors que dans les économies occidentales la maturité technologique a permis une transition linéaire, les marchés émergents comme le Maroc font face à des dynamiques de saut technologique où l'accès à la culture se fait quasi

exclusivement via l'écosystème mobile bousculant les circuits traditionnels de légitimation artistique et de monétisation.

Ce changement appelle à la formulation de politiques culturelles publiques face au pouvoir des entreprises technologiques transnationales. Le passage à la dématérialisation creuse l'écart entre l'économie formelle et les pratiques de distribution informelles qui caractérisent les industries créatives marocaines. L'absence d'études d'impact quantifiables et de modèles théoriques sensibles aux aspects institutionnels du Royaume (par exemple, le Bureau marocain du droit d'auteur) empêche les acteurs locaux de conclure des accords de licence équitables. Par conséquent, il est nécessaire de développer une analyse détaillée basée sur l'économie des réseaux et la gestion des compétences sur le terrain.

2. Revues de littérature :

2.1. L'économie des plateformes numériques et les marchés bifaces.

Pour mieux assimiler la dynamique du streaming musical, il faut d'abord partir de la théorie de l'économie des plateformes et des marchés bifaces, un concept introduit par Rochet et Tirole (2003) et Parker et Van Alstyne (2005).

Une plateforme numérique est une sorte d'intermédiaire, une façon de surmonter les problèmes de liaison entre deux types d'acteurs économiques : les producteurs (artistes, éditeurs et labels) et les utilisateurs finaux (auditeurs).

Rochet et Tirole (2003) suggèrent que ces structures sont efficaces si elles gèrent correctement les externalités de réseau, où la valeur du service pour un groupe dépend du nombre d'utilisateurs de l'autre côté du marché. Une telle structure implique des stratégies de tarification asymétriques, où les plateformes de streaming utilisent souvent la subvention croisée ou les offres freemium pour attirer les utilisateurs et ainsi obtenir une valeur finale grâce aux versions premium ou aux publicités, puis distribuer l'argent généré sous forme de redevances aux ayants droits.

2.2. Restructuration de la chaîne de valeur et l'économie de la musique dématérialisée.

La transition de l'industrie phonographique traditionnelle à l'ère numérique n'est pas seulement un bouleversement technique mais une scission dans son mode de production économique. Leyshon et al. (2005) interprètent ce changement comme une crise majeure de reproduction précipitée par la compression du MP3 et le partage de fichiers à la fin des années 1990. Ils montrent que les systèmes de production traditionnels (fabrication de disques physiques et distribution exclusive) ont été décortiqués et que les acteurs sont contraints de restructurer leurs réseaux de création, de reproduction et de commercialisation de la musique.

Wikström (2013) confirme cette transition, et présente ce nouvel écosystème comme "La musique dans le Cloud". Il souligne que la valeur économique s'est permutée en passant des supports physiques (CD, vinyles) à l'accès récurrent à un flux de données digitales.

Cette économie de l'accès repose sur une connectivité élevée, qui démocratise la distribution en permettant à tout artiste de publier ses œuvres sur un réseau mondial.

Cependant, la force du streaming à booster tous les créateurs et à être bénéfique pour eux en générant une croissance saine est sujette à débat.

Aguiar et Waldfogel (2018) étudient de façon empirique si les plateformes influencent positivement ou négativement les ventes globales de musique. Ils soutiennent également que bien que le streaming à grande échelle compense le déclin des ventes physiques en stabilisant les revenus globaux de l'industrie, il modifie radicalement la redistribution de la valeur.

Le modèle se basant sur les algorithmes des plateformes tend à concentrer l'argent sur les catalogues les plus en vue, reléguant les artistes émergents à l'arrière-plan.

2.3. Changement de compétences et professionnalisation dans les industries culturelles

Un alignement de l'industrie musicale sur la logique des plateformes numériques impose un changement inévitable pour les compétences nécessaires sur le marché du travail artistique. Puisque la musique est un service de flux et de données interconnectés, être simplement compétent en production musicale ne suffit pas. La littérature sur la gestion culturelle montre que la dématérialisation nécessite une hybridation des profils et une adaptation constante aux technologies de l'information.

Gérer la connectivité et le besoin de développer un catalogue mondial de millions de titres signifie que les acteurs de l'industrie doivent posséder des compétences interdisciplinaires en marketing numérique, en analyse des données de diffusion pour le positionnement dans les playlists, et en gestion de communautés virtuelles sur les réseaux sociaux pour convertir le capital social en flux monétisables. C'est cette articulation théorique entre l'économie des marchés bifaces, la restructuration du profit d'accès et la demande de nouvelles qualifications managériales qui sera utilisée pour mesurer le marché marocain de manière plus objective.

3. Méthodologie :

3.1. Approche épistémologique et choix de méthode :

Cet article se présente sous la forme d'une revue narrative académique. Conformément à Baumeister et Leary (1997) et Green, Johnson, & Adams (2006), la revue narrative ne fournit pas seulement un résumé mais aussi une synthèse critique et une analyse théorique des travaux existants sur un phénomène dynamique et multidimensionnel ou émergent. D'un point de vue épistémologique, cette perspective qualitative est motivée par le besoin théorique de placer les modèles managériaux globaux dans un nouvel environnement national avec des données macroéconomiques publiques limitées, un manque de données sur les flux financiers transnationaux, et aucune étude empirique quantitative.

Cette approche est au cœur d'une transition structurelle majeure dans l'industrie musicale marocaine, caractérisée par une numérisation rapide et une pénétration technologique, mais dont les dynamiques organisationnelles sont dispersées, informelles, et largement sous-étudiées dans la littérature des sciences de gestion académiques. En théorie des organisations, lorsque le sujet de recherche subit une perturbation technologique rapide et est croisé avec des enjeux économiques, juridiques, sociologiques et culturels complexes, la revue narrative devient un meilleur outil que de simplement rassembler des données numériques pour développer une approche holistique, systémique et unifiée.

Plutôt qu'une approche purement quantitative ou une revue systématique, qui nécessiterait des bases de données de panel homogènes et des indicateurs standardisés qui sont quasiment inexistantes sur le marché nord-africain, la revue narrative offre la flexibilité conceptuelle de lier la théorie managériale de pointe à la littérature grise, aux rapports institutionnels, et aux déclarations professionnelles du terrain marocain. Ce type d'hybridation est essentiel pour comprendre et cartographier le changement de comportement des acteurs et les nouvelles professions intermédiaires, ainsi que la transformation complète de la capture de valeur phonographique dans le Royaume.

3.2. Stratégie de recherche documentaire et critères de sélection :

Une analyse en profondeur des documents officiels d'organisations internationales et nationales a été conduite pour obtenir un travail qui soit non seulement pertinent mais aussi adaptable au marché marocain. La recherche et la documentation ont été réalisées selon les critères de validité de construction, de représentation sectorielle et de triangulation des sources pour nous

protéger du biais des revues narratives traditionnelles. La sélection des documents à inclure dans le corpus analytique a été effectuée selon la pertinence temporelle, l'autorité institutionnelle et la rigueur méthodologique interne afin que seules les données valides soient prises en compte.

La collecte a été organisée sur une base globale et sectorielle en se basant sur le rapport annuel de la Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique (IFPI) en 2022 et 2024, qui sont des sources essentielles de la croissance macroéconomique des revenus mondiaux du streaming. Au niveau national, la stratégie de recherche s'est basée sur le rapport du Conseil Économique, Social et Environnemental en 2024 et les barrières structurelles à la fracture numérique et à l'inclusion économique au Maroc ont été identifiées. De plus, les documents budgétaires, les bilans sectoriels et les projets de lois de finances des Ministères marocains de l'Économie et du Tourisme ont été examinés pour intégrer les conditions fiscales, législatives et réglementaires afin de soutenir le développement des industries créatives locales.

Cette approche documentaire avec l'analyse comparative de la littérature académique spécialisée en économie culturelle et en gestion de l'innovation numérique a permis la confrontation continue des prédictions des modèles théoriques abstraits avec les changements empiriques observés sur le terrain marocain. C'est cette confrontation dialectique entre les données d'orientation stratégique, les rapports financiers publics et les théories des marchés dématérialisés qui assure la robustesse scientifique de la présente recherche et légitime les conclusions managériales qui en résultent.

4. Dynamique et impacts du streaming musical au Maroc :

4.1 . Cadre contextuel du streaming musical au Maroc :

Le streaming musical est un mode de consommation de la musique qui permet d'y accéder en ligne sans avoir besoin de fichiers locaux dans votre appareil.

Cette diffusion sans interruption repose sur l'utilisation de serveurs puissants et performants où sont hébergés des millions de morceaux permettant aux utilisateurs de pouvoir écouter leurs musiques favorites n'importe où, n'importe quand et autant qu'ils veulent.

Ce mode de consommation a été une réelle révolution dans l'industrie musicale en offrant une large palette de choix aux consommateurs tout en créant une façon inédite de rémunérer les artistes.

En 2024, les revenus mondiaux de la musique enregistrée ont augmenté de 4,8 %. C'était la dixième année consécutive enregistrant une croissance mondiale. Les revenus ont augmenté dans toutes les régions (IFPI,2024).

Toujours en 2024, les revenus numériques ont augmenté régulièrement au cours des dernières années et le streaming est resté le format dominant à l'échelle mondiale, représentant 69% des revenus mondiaux de la musique enregistrée. À la fin de cette année, il y avait 752 millions d'utilisateurs abonnés à des services de streaming musical payants dans le monde (IFPI,2024).

Au Maroc, en 2022, le marché de la musique au Maroc a connu une croissance de 8,4 % en 2021, principalement grâce à l'augmentation des revenus de streaming. En effet, ce modèle économique se présente comme très attrayant pour les artistes et a permis leur démultiplication. De facto, cette abondance dans l'offre de la musique permet d'attirer de nouveaux auditeurs et consommateurs qui à leur tour font grimper le chiffre d'affaires des plateformes de streaming en créant ainsi un effet boule-de-neige. (IFPI,2022)

4.2 . Identification et analyse des richesses créées par le streaming musical pour les artistes :

Le modèle économique du streaming musical offre une grande variété de méthodes de rémunération. En effet, la majeure partie des revenus des artistes de premier plan provient de

leurs recettes publicitaires, de parrainages et d'endossements stratégiques. Plus précisément, lorsqu'un morceau est téléchargé sur une plateforme de streaming en ligne (par exemple, Spotify, Apple Music, YouTube, Deezer, Anghami), il génère des écoutes cumulées, appelées streams. Chaque stream est rémunéré en fonction de la plateforme et de l'origine de l'auditeur (PPS ou Payout Per Stream) en tant que valeur nette de chaque stream.

Le modèle de répartition (basé sur le marché ou centré sur le marché mondial) consiste à partager les redevances totales collectées entre les titulaires de droits selon le pourcentage de leurs morceaux enregistrés dans le nombre total d'écoutes sur une plateforme donnée.

Par conséquent, ces paiements peuvent être effectués par les créateurs de deux manières : directement avec un distributeur ou agrégateur numérique (par exemple, DistroKid ou TuneCore) ou en rejoignant formellement une société de gestion collective (par exemple, la SACEM à l'international ou le Bureau marocain du droit d'auteur au niveau national). Cette distribution basée sur le marché est la norme actuelle, mais elle montre également une large disparité économique dans la répartition des revenus à travers l'industrie. Cela est conforme aux principales conclusions d'Aguiar et Waldfogel (2018) qui montrent que bien que le streaming puisse compenser le déclin historique des ventes physiques en maintenant une contribution solide aux revenus de l'industrie phonographique, il modifie considérablement la distribution de la valeur en interne en favorisant les plus grands catalogues.

Sur le marché marocain, cette concentration oligopolistique marginalise structurellement la longue traîne des artistes émergents et favorise quelques acteurs hégémoniques qui occupent l'espace attentionnel des playlists officielles. Pour ces grands acteurs, la visibilité numérique constante qui accompagne le streaming constant est un signal de légitimité commerciale significative. Cette célébrité algorithmique se traduit ensuite dans l'économie réelle sous forme de contrats de parrainage ou de partenariats d'image exclusifs avec de grandes marques de consommation. L'exemple le plus marquant sur le marché national est celui de Raïbi Jamila, qui a collaboré avec les grandes forces du rap marocain, de Dizzy Dros (un pionnier de l'ancienne génération qui compte des dizaines de millions de vues sur YouTube), au rappeur et compositeur Draganov (qui a réalisé le film manifeste Maghribi Original en 2020) .

Ainsi, le streaming ne doit pas être considéré uniquement comme une source de revenus, mais comme le centre d'un écosystème de communication intégré dans lequel la visibilité virtuelle permet une richesse collatérale dans l'économie physique locale.

4.3 . Analyse dialectique : Opportunités structurelles et barrières économiques

Le marché marocain montre une tension dialectique entre la numérisation accélérée et les barrières macroéconomiques structurelles qui continuent d'exister. Dans un premier temps, l'écosystème créatif obtient ce dont il a besoin grâce à la pénétration croissante des réseaux de communication mobile et à la forte pénétration des applications de streaming mondiales et régionales (Spotify, Deezer, Apple Music ou Anghami). La démocratisation de l'accès légal aux catalogues virtuels est stimulée par les stratégies commerciales des opérateurs télécoms locaux (Maroc Telecom, Inwi) qui proposent des tarifs spécifiques et des forfaits de données subventionnés pour l'utilisation des plateformes de streaming. C'est une intégration technique qui aide à abaisser les barrières à l'entrée et à augmenter la base d'audience pour les artistes nationaux, ce qui aide le pays à passer rapidement à une économie d'accès. Mais l'expansion de cet écosystème est freinée par les tarifs élevés et les barrières infrastructurelles à un marché culturel véritablement homogène. Même si les opérateurs atteignent avec succès les consommateurs de données mobiles, les prix sont élevés pour les groupes à faible revenu et cela constitue une barrière économique au streaming de masse. Le streaming audio et vidéo est un luxe qui n'est disponible que pour quelques communautés isolées et rurales, et même s'il est disponible, le marché domestique est limité et les artistes locaux ne peuvent pas gagner de l'argent dans tout le pays. De cette manière, le modèle crée une asymétrie de revenus marquée

où tous les gains sont captés dans les villes hyper-connectées au détriment de l'inclusion culturelle mondiale. Au-delà de ses limitations infrastructurelles, l'écosystème phonographique marocain est également gravement déficient. L'absence d'un cadre juridique clair pour le droit d'auteur numérique crée un vide réglementaire que les structures intermédiaires peinent à combler. Sans protection légale, les créateurs sont abusés par l'exploitation de leurs catalogues et ne peuvent pas se défendre contre la distribution non autorisée. De plus, de faux flux robotiques sont créés et des fermes de clics sont déployées sur le marché, ce qui les fait apparaître comme des fraudes. La manipulation technologique des algorithmes de recommandation les déforme, et ils rendent le contenu des playlists officielles plus biaisé et retirent des royalties à la longue traîne des créateurs émergents. C'est une vulnérabilité à la fois légale et algorithmique qui retarde la stabilisation d'un marché sain et durable pour les industries créatives du Royaume.

Figure 1 : Modèle conceptuel d'analyse de la transition de l'écosystème musical vers le streaming



Source : Élaboration propre des auteurs

5. Transformation et professionnalisation de l'industrie musicale:

5.1 . Les nouveaux métiers de l'industrie musicale :

L'industrie musicale, de par son extension et sa croissance, a dû s'adapter et forger de nouveaux métiers en adéquation avec les tendances et les nouvelles technologies.

L'importance et l'impact des réseaux sociaux sur la portée des artistes a démontré qu'il fallait des compétences spéciales dans ce domaine, d'où l'émergence des Community Managers.

En effet, certains artistes délèguent partiellement ou totalement la gestion de leurs réseaux sociaux à des personnes plus spécialisées dans ce domaine.

Cette refonte des profils professionnels est non seulement technique, mais aussi une étape vers une ingénierie de gestion plus intégrée dans l'écosystème phonographique marocain.

Les Community Managers ne sont plus isolés, mais travaillent en étroite collaboration avec les Data Analysts, ce qui est crucial pour la survie des œuvres. Le Community manager peut capter des signaux faibles, générer un engagement organique et développer le capital social de l'artiste sur les réseaux sociaux, le Data Analyst convertit ces interactions en métriques (KPI, taux de complétion, structure démographique de l'audience) et ajuste également la manière dont les campagnes de publicité numérique sont ciblées et l'indexation des pistes peut être optimisée par les algorithmes de recommandation des plateformes de streaming. L'ensemble du processus est orchestré par le Digital Marketing Manager, qui est responsable du positionnement global du catalogue et de la visibilité de l'artiste sur un marché saturé par une multitude d'offres.

Ce dernier travaille en harmonie avec les Brand Partnership Managers. Le rôle de ces intermédiaires dans le contexte marocain a pris de l'ampleur ces dernières années : le streaming

est centré sur le marché et les redevances sont concentrées entre les mains de quelques acteurs, de sorte que la viabilité économique des créateurs dépend de la diversification de leurs revenus. Le Brand Partnership Manager est alors chargé de créer les opportunités commerciales de l'audience numérique d'un artiste en négociant des contrats de parrainage ou des campagnes de brand entertainment avec les acteurs du secteur privé national. En conséquence, la chaîne de valeur est structurée autour de la monétisation fine de la connectivité et du capital de marque de l'artiste.

Figure 2 : Zoom sur l'industrie musicale avec la cartographie de la musique.



Source : Umanoia (2022).

5.2 . Adaptation des compétences et formations requises

La relation du secteur phonographique avec l'économie numérique nécessite un changement radical de compétences et remet en question la formation dans les domaines académique et professionnel en soi. À travers l'analyse sectorielle, de nouveaux emplois exigent une maîtrise des compétences transversales et interdisciplinaires allant de la gestion managériale au droit des affaires, de la science des données à la psychologie du consommateur. En effet, un tel mélange de profils est diamétralement opposé à la vision informelle de l'ancienne école de l'industrie musicale locale pour établir un modèle cohérent d'ingénierie culturelle. Cette transition n'est pas seulement une compréhension technique des outils numériques mais aussi une synthèse des connaissances théoriques et pratiques.

D'une part, une compétence analytique et comportementale approfondie est essentielle pour stimuler la performance dans un environnement saturé d'informations. Les experts des médias professionnels et sociaux doivent être capables de comprendre les dynamiques psychologiques, sociologiques et culturelles de la façon dont les gens perçoivent et réagissent aux services de streaming. Cette connaissance du comportement de consommation numérique est nécessaire pour développer des prévisions de marché et identifier des niches stylistiques avec un potentiel de grande entreprise et des stratégies de positionnement de catalogue qui s'intègrent dans les écosystèmes algorithmiques.

Cela implique de savoir comment l'intermédiation technologique modifie la découverte de talents et transforme la diffusion passive en une stratégie d'attraction active de l'audience.

D'autre part, l'expertise juridique et contractuelle devient un atout stratégique majeur pour répondre aux carences structurelles du marché local, qui est encore largement numérique et

présente d'énormes asymétries dans la redistribution de la valeur. Les acteurs du secteur devraient être formés en termes de clauses d'exploitation internationale, de redevances transfrontalières et de protection des actifs immatériels contre la menace croissante de la fraude technologique et de la manipulation des flux de streaming. La maîtrise des mécanismes de propriété intellectuelle sur le Web et des contrats de licence avec des agrégateurs mondiaux est la clé pour protéger la souveraineté économique des créateurs et une rémunération équitable dans la chaîne de valeur dématérialisée.

Enfin, la durabilité d'une œuvre basée sur l'accès récurrent plutôt que sur sa propriété nécessite une flexibilité technique et relationnelle continue dans son développement et son adaptation aux architectures des réseaux sociaux et aux mécanismes de viralité. Les nouveaux managers doivent être experts dans la gestion de budgets publicitaires numériques complexes et savoir naviguer dans le référencement naturel des métadonnées musicales et construire un réseau de personnes dans l'écosystème numérique. L'objectif managérial ultime est de convertir l'engagement organique et le capital social virtuel en flux monétisables durables à long terme. Ainsi, le souhait d'élever la culture pop marocaine et de la faire briller à l'international est important, mais ne peut être réalisé sans un bagage académique. La croissance rapide du secteur et le développement de ces nouveaux métiers démontrent que l'intégration entre les sciences économiques, la gestion managériale et l'expression culturelle est désormais inévitable pour assurer le succès, le professionnalisme et la survie économique des industries créatives nationales.

5.3 . Professionnalisation du secteur musical :

Pour illustrer la réalité des changements microéconomiques au Maroc, nous devons considérer la méthode des cas à travers des données textuelles secondaires provenant de déclarations publiques d'acteurs du terrain. Le témoignage de l'artiste Foulane, qui a été publié pour la première fois dans le journal économique *Economia*, est particulièrement pertinent à cet égard. Lorsqu'on lui a demandé son avis sur la viabilité du modèle numérique local, il déclare : « Dans l'industrie musicale populaire, les producteurs profitent beaucoup de l'artiste. Par exemple, lors des festivals traditionnels, un groupe d'ahwash de 30 à 50 artistes peut toucher un cachet de 2000 dhs seulement ! En plus, comme ces artistes ne sont ni «9aryyne», ni «wa3yne», ils signent des contrats à vie »

Cette déclaration publique, selon notre cadre théorique, met en lumière l'asymétrie d'information et les dynamiques historiques de pouvoir économique du marché traditionnel de la musique marocaine avant le streaming. La précarité systémique mentionnée par l'artiste, notamment en ce qui concerne les groupes Ahwash, souligne l'absence de barrières protectrices et de compétences managériales dans les systèmes artistiques ancestraux. Les termes "9aryyne" ou "wa3yne " indiquent un énorme déficit de capital humain, de littératie juridique et de connaissance contractuelle qui rend plus probable que les artistes soient à la merci d'intermédiaires opportunistes et de contrats à vie. En sciences de gestion, il s'agit d'une situation d'exploitation de la vulnérabilité contractuelle où les coûts de transaction sont entièrement supportés par la partie la plus faible, et il y a un cycle d'aliénation économique et financière.

Le passage à l'écosystème de la musique en streaming et dématérialisée brise en fait ce modèle de dépendance par la rationalisation et la professionnalisation mondiale de l'industrie. Grâce à l'économie d'accès et aux plateformes de distribution directe, les artistes ne dépendent plus de la bonne volonté des producteurs physiques traditionnels ou des réseaux de distribution centralisés et opaques pour gagner de l'argent.

Mais comme le montre le témoignage de terrain, cette émancipation numérique nécessite également une structure rigoureuse et une amélioration profonde des compétences professionnelles. L'artisanat culturel doit être poussé vers une nouvelle gouvernance

managériale et doit être capable de maîtriser le suivi des redevances, l'indexation algorithmique et la licence équitable avec les distributeurs numériques mondiaux.

Ainsi, la professionnalisation ne concerne plus seulement la croissance des revenus ou la diversification commerciale, mais plutôt la survie, la résilience et l'autonomie des créateurs marocains. Il est maintenant temps que les compétences créatives soient fusionnées avec de nouvelles qualifications en marketing de flux, analyse de données statistiques et droit de la propriété intellectuelle dématérialisée, les seules capables de contrer la distribution à deux faces. Une telle hybridation managériale, alimentée par l'émergence de nouveaux intermédiaires certifiés, comblera le fossé culturel entre la richesse musicale nationale et la situation socio-économique précaire des créateurs et transformera une informalité subie en un écosystème créatif bien structuré, souverain et durable.

6. Conclusion:

Comme nous l'avons vu dans cet article, le phénomène du streaming musical s'impose comme un changement irréversible, tant sur les processus de redistribution de la valeur que sur le marché du travail. Conformément à l'économie de l'accès théorisée par Wikström (2013), le marché marocain arrive lentement au point de libération de ce système de distribution physique. Les résultats de cette revue narrative illustrent un phénomène à double tranchant : d'une part, cette démocratisation de la visibilité des artistes s'accompagne d'une gestion hybride des revenus grâce aux collaborations avec des marques, et d'autre part, l'inégalité socio-économique profonde du modèle de distribution de la valeur centré sur le marché.

Conformément aux conclusions empiriques d'Aguiar et Waldfogel (2018), nous pouvons en déduire que l'intermédiation algorithmique des plateformes à deux faces tend à concentrer les flux monétaires vers les plus grands catalogues et à exclure la longue liste des créateurs émergents au Maroc. Dans le sillage de cette transformation, l'industrie locale subit désormais de profonds changements de compétences. Aucun savoir technique ou artistique seul n'est suffisant, de sorte que de nouvelles professions doivent être créées pour permettre la connectivité et transformer le capital social virtuel en actifs économiques.

Enfin, il est nécessaire de souligner les limites méthodologiques et théoriques de cette recherche, ainsi que le potentiel prometteur pour les travaux futurs. En tant que revue narrative, cette étude est affectée par la fragmentation, la rareté et l'opacité partielle des données financières et statistiques partagées par les plateformes de streaming transnationales opérant sur le marché marocain, ce qui limite les possibilités de modélisation quantitative ou économétrique. De plus, l'utilisation de données textuelles secondaires et de témoignages d'acteurs, bien que pertinente pour capter les signaux faibles du terrain, entraîne un biais de sélection potentiel qui rend ces conclusions limitées et non universelles pour toutes les expressions artistiques de la région.

Enfin, étendre cette analyse aux économies émergentes voisines de l'Afrique du Nord offrirait une perspective comparative enrichissante pour évaluer l'efficacité des différentes politiques de souveraineté culturelle et réglementations juridiques dans le contexte de l'intermédiation algorithmique croissante des marchés créatifs mondiaux.

Références :

- (1). Aguiar, L., & Waldfogel, J. (2018). As streaming reaches flood stage, does it stimulate or depress music sales? *International Journal of Industrial Organization*
- (2). Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. *Review of General Psychology*
- (3). Conseil Économique, Social et Environnemental [CESE]. (2024). *Rapport annuel 2024 : Les défis de la transition numérique et de l'inclusion économique au Maroc*.
- (4). *Economia*. (2022). Dossier : Les mutations des industries culturelles et de l'art indépendant au Maroc.
- (5). Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique [IFPI]. (2022). *Global Music Report 2022: State of the Industry*. IFPI.
- (6). Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique [IFPI]. (2024). *Global Music Report 2024: State of the Industry*. IFPI.
- (7). Leyshon, A., Webb, P., French, S., Thrift, N., & Crewe, L. (2005). On the reproduction of the musical economy after the Internet.
- (8). Parker, G. G., & Van Alstyne, M. W. (2005). *Two-sided network effects: A theory of information product design*.
- (9). Ministère de l'Économie et des Finances. (2025). *Projet de loi de finances pour l'année budgétaire 2025 : Rapport sur les dépenses fiscales*. Direction des Études et des Prévisions Financières (DEPF).
- (10). Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. (2024). *Chiffres clés du secteur de l'économie sociale et solidaire et des industries créatives*. Département de l'Artisanat et de l'Économie Sociale.
- (11). Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*.
- (12). Umanoia. (2022). *Zoom sur l'industrie musicale avec la cartographie de la musique*.
- (13). Plateforme de prospective et d'ingénierie culturelle.
- (14). Wikström, P. (2013). *The Music Industry: Music in the Cloud* (2e éd.).