

Le rôle des dynamiques conjointes dans l'évolution des catégories de marchés alternatives. Une approche sociohistorique des musiques indépendantes

Boris Collet (auteur correspondant)

IREGE (EA 2426), Université Savoie Mont-Blanc,
27, rue Marcoz, 73000 Chambéry, France
boris.collet@univ-smb.fr

Éric Rémy

LGCO (URU 7416), Université Toulouse III – Paul Sabatier,
118, route de Narbonne, 31062 Toulouse, France
eric.remy@univ-tlse3.fr

Baptiste Cléret

IAE, NIMEC (EA 969), Université de Rouen,
1, rue Thomas Becket, 76821 Mont-Saint-Aignan, France
baptiste.cleret@univ-rouen.fr

Résumé : Cet article contribue à la compréhension des processus de catégorisation des marchés alternatifs. Plus spécifiquement, il analyse l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes qui se caractérise comme catégorie floue par son instabilité et comme catégorie alternative par les rapports de force qu'elle entretient avec la catégorie dominante de la musique *mainstream*. À partir d'une approche sociohistorique, nous montrons comment les dynamiques externes telles que les jeux de frontières d'une part et les dynamiques internes telles que les tensions autour des représentations de la catégorie d'autre part, agissent sur la définition et l'évolution de la catégorie de marché des musiques indépendantes. Nos résultats permettent de souligner l'action conjointe de ces dynamiques dans l'émergence et l'évolution des catégories alternatives. Ils mettent en évidence l'intérêt d'examiner simultanément ces multiples dynamiques et leurs relations pour l'étude des catégories de marché. Notre article révèle également les enjeux stratégiques et idéologiques du rapport entre l'alternatif et le *mainstream* qui constitue un élément clé de la structuration et de l'évolution de nombreux autres secteurs.

Mots-clés : dynamiques de catégorie, catégorisation, catégorie de marché alternative, musiques indépendantes, approche sociohistorique

Citation : pour citer cet article, utiliser la référence officielle indexée ► Collet, B., Rémy, É., & Cléret, B. (2023). The role of joint dynamics in the evolution of alternative market categories. A sociohistorical approach to independent music. *M@n@gement*, 26(4), 83–100. <http://dx.doi.org/10.37725/mgmt.2023.6050>

*The great artist of tomorrow will go underground*¹.

Marcel Duchamp

Introduction

La recherche sur les catégories et la catégorisation s'est largement développée depuis une vingtaine d'années en sciences humaines (Vergne & Wry, 2014). Dans ce cadre, l'étude plus spécifique des catégories de marché a fait l'objet d'un intérêt croissant en management et en sociologie des organisations (voir notamment le numéro spécial paru dans *Organization Studies*, 2020). Le processus de catégorisation des marchés désigne la « formation de catégories qui émergent d'éléments extérieurs à un marché existant [ou] d'un sous-ensemble d'éléments issus d'un système catégoriel préexistant » (Durand & Khaire, 2017, p. 88) et qui s'établissent sur de nouveaux systèmes de représentations, de nouvelles pratiques et de nouveaux critères d'évaluation des biens (Khaire & Wadhvani, 2010). Il s'agit d'une négociation collective autour de significations, d'actions et d'artefacts entre divers acteurs du marché et cela constitue en ce sens un processus social (Durand *et al.*, 2017). Les catégories de marché résultent ainsi de structures d'échange économique soumises aux interprétations des acteurs du marché qui les utilisent pour évaluer et identifier les biens (Navis & Glynn, 2010).

Dans un contexte de changements technologiques et sociétaux de plus en plus fréquents et intenses, la question de l'émergence et de l'évolution de ces catégories de marché se pose avec une acuité particulière. Parmi les différents travaux sur les catégories, il a récemment été souligné la nécessité de développer « une vision dynamique de la manière dont les catégories émergent, changent, se dissolvent, sont combinées ou contestées » (Delmestri *et al.*, 2020, p. 910). Comme l'expliquent Gollnhofer et Bhatnagar (2021, p. 247), « les dynamiques de

¹ Extrait de « Where do we go from here? », discours donné au Philadelphia Museum College of Art, 20 mars 1961.

catégorie sont les forces internes et externes qui peuvent travailler ensemble ou en opposition pour induire ou inhiber un changement dans la catégorie ». Bien que de précédents travaux aient déjà adopté une lecture dynamique des catégories de marché, la manière dont ces forces internes et externes agissent simultanément sur les catégories reste à spécifier.

Parmi les catégories de marché, certaines présentent la particularité d'être particulièrement soumises à ces changements. Il s'agit des *catégories floues*, aux frontières instables et mouvantes qui les rendent difficilement définissables (Vergne & Wry, 2014). La compréhension de ces catégories floues est d'autant plus importante qu'elles préfigurent et portent de nouveaux processus de catégorisation. Ce sont ces nouveaux processus de catégorisation qui font l'objet du présent article. Nous les aborderons à partir du cas des catégories dites alternatives qui sont des catégories floues dont l'instabilité des frontières se caractérise par une construction en opposition à une catégorie dominante (Blanchet, 2017 ; Dion & Tachet, 2020). En effet, les membres de ces catégories de marché alternatives doivent régulièrement procéder à un travail de définition interne et de construction de frontières externes vis-à-vis d'une catégorie dominante (Siltaoja *et al.*, 2020).

Notre article a alors pour objectif d'identifier et de mieux comprendre les mécanismes de formation et de changement des catégories alternatives en explorant l'action conjointe des dynamiques internes et externes. Autrement dit, nous chercherons à répondre à la question de recherche suivante : *comment les dynamiques externes et internes contribuent-elles à l'évolution des catégories de marché alternatives ?*

Afin d'aborder cette question de recherche, nous prendrons pour objet la catégorisation du marché des musiques indépendantes à partir de la fin des années 1970 jusqu'à nos jours. Les musiques indépendantes constituent une catégorie alternative fondée sur des valeurs, des goûts esthétiques et des pratiques en opposition à la musique commerciale dite *mainstream* (Fonarow,

2006). Cette catégorie artistique et socioculturelle est à l'origine d'un marché contre-culturel (Choi & Burnes, 2022) dont l'évolution et les transformations dans le temps éclairent sur les dynamiques de catégories alternatives.

Pour rendre compte de ces multiples changements, l'approche sociohistorique adoptée, nous permet, dans la première partie de nos résultats, d'identifier quatre phases qui structurent l'émergence puis l'évolution de la catégorie indépendante sur le marché de la musique : (1) l'émergence, 1977-1991 ; (2) la *mainstreamisation*, 1991-2001, (3) la légitimation, 2001-2011 ; et (4) la polarisation, de 2011 à aujourd'hui. Cette analyse séquentielle offre une lecture processuelle et longitudinale (Musca, 2006) de l'évolution d'une catégorie alternative et de ses relations avec une catégorie dominante. Elle est complétée, dans une seconde partie des résultats, par une analyse des différentes représentations et interprétations (économique, esthétique et idéologique) de l'indépendance au sein du marché de la musique. Enfin, en synthèse des résultats, nous mettons en évidence et analysons l'action conjointe des dynamiques internes et externes sur l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes.

Nos résultats permettent ainsi d'établir que les catégories de marché alternatives sont façonnées à la fois par des dynamiques externes telles que la reconfiguration des frontières avec la catégorie dominante, et par des dynamiques internes de réinterprétation de la catégorie. Ils contribuent également à révéler les enjeux stratégiques autour du rapport dialectique entre l'alternatif et le *mainstream* qui structure de nombreux secteurs. Ce sont ces différents éléments qui font l'objet d'une discussion en clôture de cet article.

Revue de littérature

La revue de littérature nous amène à aborder successivement trois niveaux de questionnements théoriques interreliés : la question de la définition des catégories floues, la

question de l'alternatif comme mode de catégorisation spécifique des catégories floues et enfin, la question du rôle des dynamiques internes et externes dans la définition et l'évolution des catégories de marché alternatives.

Les catégories floues

La littérature sur les processus de catégorisation des marchés a souvent mis en avant une approche séquentielle allant de la compréhension des phases d'émergence d'une catégorie à son éventuelle disparition en passant par un ensemble de processus de légitimation et d'institutionnalisation (Delmestri & Greenwood, 2016 ; Lee *et al.*, 2017 ; Navis & Glynn, 2010 ; Schultz *et al.*, 2014 ; Siltaoja *et al.*, 2020). Durand et Khaire (2017) distinguent les processus d'émergence et de création d'une catégorie. D'après eux, l'émergence d'une catégorie se produit à partir de facteurs exogènes à un système catégoriel dominant telles que des innovations matérielles et technologiques alors que le processus de création procède de la redéfinition de frontières cognitives au sein d'une catégorie existante. Dans cette lecture séquentielle, Pedeliento *et al.* (2019) proposent, quant à eux, un modèle de processus d'émergence et d'évolution d'une catégorie à travers le cas de la renaissance de la boisson alcoolisée, le Gin. Celui-ci se fonde sur une analyse de l'évolution structurelle de la catégorie du Gin mettant à jour trois phases successives : l'émergence, l'établissement (*settlement*) et la réinstallation (*resettlement*) de la catégorie. Comme d'autres recherches (*e.g.*, Delmestri & Greenwood, 2016), cette étude offre une vision stable et homogène des catégories de marché alors que celles-ci sont souvent soumises à des changements, des réinterprétations et des redéfinitions tant internes qu'externes (Gollnhofner & Bhatnagar, 2021 ; Navis & Glynn, 2010). Ce sont des construits sociaux aux frontières plus ou moins floues (Rosa *et al.*, 1999).

En effet, les catégories de marché sont le résultat d'activités de classification, d'interprétation et d'organisation des informations visant à constituer une représentation du

marché (Blanchet, 2017 ; Negro *et al.*, 2010). En ce sens, elles sont « les attributs symboliques et matériels des produits, des entreprises et des industries qui sont à la fois partagés entre les acteurs et qui distinguent ces entités des autres » (Durand & Thornton, 2018, p. 637). Or, ces critères de classifications et ces attributs font parfois l'objet de désaccord entre les membres d'une même catégorie. C'est ce que Vergne et Wry (2014) nomment des catégories floues.

Les catégories floues sont soumises à une flexibilité interprétative et, à cet égard, peuvent être apparentées à des objets-frontières (Star & Griesemer, 1989). La question de la transformation, des croisements et de la disparition des frontières est au cœur de l'étude de ces catégories (Lamont & Molnár, 2002). Par exemple, Rao *et al.* (2005) étudient l'érosion des frontières entre les catégories rivales de la cuisine française classique et de la nouvelle cuisine à compter des années 1970 à partir des jeux d'appropriation et d'hybridation entre ces deux catégories.

Les transformations des frontières des catégories de marché ont des incidences quant à leur organisation et leur fonctionnement. Comme l'expliquent Vergne et Wry (2014, p. 73), « des frontières plus floues entraînent plus de difficultés à évaluer l'appartenance à une catégorie » et par conséquent, plus de tensions quant aux personnes, organisations et objets pouvant bénéficier de cette catégorisation. Par exemple, l'arrivée récente de nombreuses institutions laïques sur le marché bancaire islamique a créé des tensions entre les *insiders* (les banques détenues par des institutions islamiques par exemple) et les *outsiders* (les banques détenues des Occidentaux) (Paolella & Syakhroza, 2021 ; Syakhroza *et al.*, 2019).

C'est dans cette lignée de travaux que nous proposons d'investiguer cette question de la définition et des frontières des catégories floues, en nous intéressant plus spécifiquement aux catégories alternatives dont l'instabilité s'explique en partie par leurs relations vis-à-vis d'une catégorie dominante.

L'alternatif comme mode de catégorisation

Dans cette recherche, nous proposons d'approfondir la compréhension des relations entre les catégories de marchés dominantes (*mainstream*) et les catégories de marchés alternatives (Campana *et al.*, 2017). D'après ces auteurs, les économies alternatives représentent une part essentielle des « cultures de résistance » (Williams, 2005). Sur le plan interne, l'alternatif se construit autour d'un ensemble de valeurs et de significations partagées qui construisent une certaine réalité sociale (Batat *et al.*, 2016). Ces significations partagées sont également amenées à évoluer au regard des catégories de marché dominantes. Verhaal *et al.* (2015) parlent ainsi de marchés oppositionnels pour décrire ces catégories de marchés émergentes qui se forment par opposition idéologique aux industries existantes.

C'est le cas de l'indépendance qui constitue aujourd'hui une catégorie centrale des industries culturelles et créatives (Hesmondhalgh & Meier, 2014 ; Noël & Pinto, 2018). En tant que catégorie alternative, l'indépendance a souvent été associée à l'idée qu'elle pourrait contribuer au développement de moyens différents et préférables « d'organiser la production et la consommation culturelles, ainsi que la société elle-même » (Hesmondhalgh & Meier, 2014, p. 95). Parmi les auteurs s'y étant intéressé, Khaire (2017) a montré comment le *Sundance Institute* a participé, en tant qu'intermédiaire de marché, à la création de la catégorie de marché du cinéma indépendant aux États-Unis. S'intéressant davantage aux modes de consommation associés à la culture indépendante, Arsel et Thompson (2011) ont, quant à eux, montré comment les consommateurs de musique *indie*² développaient des stratégies afin de se distancier de la figure archétypale du *hipster* qui incarne la marchandisation de la culture indépendante. En abordant « la question de l'indépendance en tant que catégorie d'analyse pertinente sur les plans

² Le terme *indie* est l'abréviation anglaise du mot indépendant. Nous y aurons recours fréquemment dans la suite de cet article ainsi qu'à son équivalent français « indé ».

professionnel, culturel et politique, mais aussi en tant que pratique économique concrète » (Noël & Pinto, 2018, p. 6), notre article prolonge l'étude de cette catégorie alternative en se focalisant sur les dynamiques tant internes qu'externes qui participent à son émergence et son évolution.

Les dynamiques internes et externes de changement des catégories

Plusieurs études se sont intéressées aux changements d'une catégorie en se focalisant sur les dynamiques internes à celle-ci et les confrontations idéologiques entre ses membres (Delmestri & Greenwood, 2016 ; Granqvist & Laurila, 2011). Les conflits et les tensions internes à une catégorie existante peuvent conduire à sa réinterprétation lorsque de nouvelles représentations lui sont attribuées (Negro *et al.*, 2011). D'autres recherches ont, quant à elles, exploré les dynamiques externes entre deux catégories et les rapports de domination qui existent entre elles (Blanchet, 2017 ; Dion & Tachet, 2020 ; Rao *et al.*, 2005). Blanchet (2017) révèle, par exemple, le rôle de la critique dans l'émergence de nouvelles catégories en montrant que l'apparition de la catégorie de la mode éthique s'appuie sur la critique d'un système catégoriel existant (celui de la mode conventionnelle) et sur la construction d'un nouveau système de représentations. Dion et Tachet (2020) s'intéressent, pour leur part, aux interactions entre deux catégories de marché : le marché principal de la mode et le marché alternatif de la mode grande taille. Ces études montrent notamment que la définition des frontières de ces catégories n'est pas seulement liée aux représentations mais également aux dispositifs matériels présents dans ces deux catégories de marché.

En se focalisant soit sur les dynamiques internes (Delmestri & Greenwood, 2016 ; Gollnhofer & Bhatnagar, 2021 ; Negro *et al.*, 2011), soit sur les dynamiques externes (Dion & Tachet, 2020 ; Pedeliento *et al.*, 2019), ces recherches ne permettent pas d'explorer l'action conjointe de ces deux types de dynamique qui façonnent les catégories de marché alternatives

et déterminent leur émergence et leur évolution, à savoir : les dynamiques externes liées aux jeux de frontières et aux rapports de force avec la catégorie dominante et les dynamiques internes liées aux tensions interprétatives et symboliques au sein de la catégorie alternative.

Quelques études évoquent bien simultanément le rôle de dynamiques internes et externes dans la formation de nouvelles catégories de marché (Navis & Glynn, 2010 ; Siltaoja *et al.*, 2020), mais elles ne s'intéressent qu'à certaines dimensions des processus de catégorisation : soit symboliques dans le cas de l'émergence du marché de l'agriculture biologique en Finlande (Siltaoja *et al.*, 2020), soit identitaires dans le cas de la radio par satellite aux États-Unis (Navis & Glynn, 2010). Bien qu'elles représentent des premières pistes intéressantes, ces recherches ne proposent pas d'analyse systématique, ni de théorisation de ces dynamiques conjointes permettant d'appréhender la complexité des changements des catégories alternatives.

Notre recherche a ainsi pour objectif d'étudier la manière dont les dynamiques internes et externes façonnent les catégories de marché alternatives, en explorant plus particulièrement la catégorie des musiques indépendantes dans l'industrie musicale.

Méthodologie

Présentation du contexte : la catégorie de marché des musiques indépendantes

En 1977, les Buzzcocks sortent *Spiral Scratch* et deviennent le premier groupe anglais à créer son propre label pour sortir son disque. Cet événement incarne l'émergence d'une nouvelle catégorie dans l'industrie musicale : l'indépendance. Cet acte fondateur du mouvement post-punk est annonciateur d'une transformation à la fois symbolique et structurelle au sein du marché de la musique. C'est ainsi que quarante ans après, le *Worldwide Independent*

Network (WIN) note dans son troisième et dernier rapport en date sur l'économie mondiale de la musique, que les producteurs indépendants représentent maintenant 39,9 % des revenus générés sur le marché (WIN, 2018). Aujourd'hui, cette catégorie recoupe un ensemble de scènes musicales variées aux motivations et aux finalités politiques hétérogènes. Néanmoins, l'indépendance (l'*indie*) constitue une catégorie alternative à part entière, présente aussi bien dans l'industrie musicale que dans d'autres secteurs des industries culturelles (Alexandre *et al.*, 2017).

Le mouvement des musiques indépendantes a émergé à la fin des années 1970 grâce à un réseau d'acteurs formés de musiciens, journalistes, managers dont la volonté était de créer, produire et distribuer de la musique indépendamment des six majors de l'époque (EMI, MCA, RCA, PolyGram, Warner, CBS). La genèse de cette catégorie alternative s'inscrit également dans un renouveau symbolique : des artistes et labels défendent de nouveaux genres – le post-punk d'abord, puis la *new wave*, l'*indie pop*, le *shoegaze* – et tentent d'imposer de nouveaux standards esthétiques et de nouveaux critères d'évaluation. Ces transformations du paysage musical participent de la formation d'une culture indépendante et d'une idéologie spécifique (Oakes, 2009).

La catégorie *indie* s'est progressivement imposée en tant que genre musical à partir de la fin des années 1980. En pratique, cette catégorisation artistique basée sur la constitution de similarités perçues et fondée sur des systèmes de significations socialement construits (DiMaggio, 1987) se retrouve dans les bacs des disquaires, les rayons des enseignes de biens culturels ou encore sur les applications de *streaming* musical. Le terme *indie* est ainsi utilisé pour caractériser un « son » pop et rock spécifique (Fonarow, 2006, p. 40).

Néanmoins, cette conception des musiques indépendantes a largement été remise en question par les nombreux déploiements esthétiques associés au genre et par la diversité des

sous-genres qui y sont rattachés aujourd'hui³. Comme nous le verrons par la suite, cela contribue à l'instabilité de la définition de cette catégorie au point que nous pouvons la rapprocher ici des catégories floues.

À ce stade, nous pouvons présenter la catégorie de marché des musiques indépendantes à partir des cinq éléments de définition d'une catégorie de marché proposés par Blanchet (2017). Cette présentation (tableau 1) permet de mettre en évidence l'instabilité de la définition et des frontières de l'indépendance, ce qui en fait un cas particulièrement pertinent afin d'étudier les dynamiques externes et internes des catégories alternatives.

Tableau 1. Les éléments de définition de la catégorie de marché des musiques indépendantes d'après Blanchet (2017)

Éléments de définition	Justifications
L'étiquette	Le terme « indépendant » est utilisé pour qualifier les productions, les personnes, les labels et décrit les caractéristiques essentielles de la production et la diffusion artistique alternative.
Les prototypes	Sonic Youth peut être considéré comme le groupe prototype de la scène indépendante, 4AD et Rough Trade du côté des labels, <i>Pitchfork</i> pour les médias ou Bandcamp pour la plateforme musicale.
Les récits	Les récits sur l'indépendance abondent dans le secteur de la musique. De nombreux acteurs du marché vantent les bénéfices des productions indépendantes en développant un récit sur l'éthique de consommation et de production et la démarche particulière qui la détermine.
La définition	La question de la définition de l'indépendance soulève des désaccords entre les acteurs du marché musical, ce qui en fait une catégorie floue (Vergne & Wry, 2014). Sa définition traditionnelle comme mode de production et de distribution alternatif opposé au <i>mainstream</i> soulève de nombreuses limites.

³ On parle aujourd'hui d'*indie electronic*, d'*indie rap* ou d'*indie classical*.

Les frontières	Les frontières de l'indépendance sont un objet de négociation constant entre les différents acteurs. Elles sont dépendantes du contexte historique et culturel qui les détermine. L'instabilité des frontières de la catégorie indépendante en constitue son ontologie. Elles se construisent vis-à-vis d'une catégorie dominante tout en étant façonnées par des réinterprétations et une instabilité interne.
----------------	---

Collecte des données

Les démarches compréhensives et longitudinales sont régulièrement utilisées afin d'étudier l'émergence et les dynamiques de catégories (*e.g.*, Carroll & Swaminathan, 2000 ; Gollnhofer & Bhatnagar, 2021 ; Khaire & Wadhvani, 2010). Les méthodes historiques et historiographiques (Delacour & Leca, 2011 ; Suddaby, 2016) sont donc tout à fait adaptées à l'étude des dynamiques de catégorie car « la contextualisation historique renforce le pouvoir explicatif des systèmes de catégories » (Durand & Thornton, 2018, p. 643).

Suivant cette logique, nous avons eu recours à une approche sociohistorique qui s'appuie sur la méthode d'analyse proposée par Smith et Lux (1993) et qui s'articule autour de trois sources de données principales : un corpus médiatique constitué d'articles issus de titres de presse ; un ensemble d'ouvrages et de documentaires traitant des musiques indépendantes dans une perspective historiographique ; et des entretiens pour leur caractère biographique.

Quinze entretiens compréhensifs individuels et collectifs ont été réalisés entre 2015 et 2019 avec vingt-et-un acteurs de la filière musicale et des participants de la scène indépendante : artistes, gérants de labels, attachés de presse, directeurs artistiques, éditeurs, consommateurs. Chaque entretien a duré en moyenne 1 h 30 – de 45 min pour le plus court à 2 h 45 pour le plus long pour un total de 22 h d'enregistrement – et a été retranscrit intégralement. Les répondants sont issus de trois villes – Paris, Montréal et Caen – et donc de scènes musicales indépendantes différentes. Nous avons interrogé des personnes aux profils variés, tant dans leur relation aux musiques indépendantes (professionnel ou amateur,

consommateur, fonctions, etc.) que dans leurs caractéristiques sociodémographiques (âge, sexe, nationalité) afin d’appréhender les différentes représentations de l’indépendance et leur évolution dans le temps.

Cette enquête par entretiens a été menée conjointement à un travail de collecte et d’analyse de données issues de sources primaires et secondaires. Les premières se composent de documents biographiques, d’ouvrages et de documentaires traitant des musiques indépendantes à différentes époques et ont été collectées à l’aide de la méthode historiographique basée sur une recherche bibliographique approfondie (voir annexe 1). Les secondes forment un corpus composé de 606 articles issus de médias français et anglo-saxons de 1970 à 2022 et présentent un intérêt particulier car il a été montré que la couverture médiatique influençait la formation des catégories de marché par des effets de légitimité (Schultz *et al.*, 2014).

L’ensemble des articles ont été sélectionnés selon des critères de pertinence suivant qu’ils traitent des musiques indépendantes ou non et qu’ils interrogent directement la catégorie, sa définition et ses frontières. Ils peuvent prendre la forme de billets, d’interviews, de critiques ou de chroniques et proviennent aussi bien de la presse musicale spécialisée papier et en ligne (*e.g.*, *Les Inrocks*, *Pitchfork*, *Gonzai*) que de la presse généraliste. Cette diversité de sources permet d’observer différents modes de représentations de l’indépendance en fonction de la position occupée par ces médias dans l’espace musical et médiatique.

Une démarche systématique de collecte de données a d’abord été expérimentée avec les journaux généralistes *Le Monde* puis *The New York Times*. Nous avons exploité les archives de ces journaux en effectuant des recherches à partir de mots clés tels que « musiques indépendantes », « scène indépendante », « label indépendant », etc., afin de contribuer à la construction itérative d’un corpus de presse. Cette démarche a présenté des limites car la

diffusion de cette sous-culture ne s'est pas établie à travers les médias traditionnels mais par le biais de nouveaux acteurs émergents. Elle présente un intérêt pour mesurer le niveau d'institutionnalisation et de diffusion de la culture indépendante au sein de la culture dominante mais ne permet pas de prendre en compte les discours produits par les acteurs de la scène indépendante. Par conséquent, une analyse d'un corpus médiatique uniquement constitué d'articles issus de la presse généraliste n'offrirait qu'un regard partiel de l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes. C'est pourquoi d'autres sources médiatiques issues de la presse spécialisée et de médias alternatifs ont été intégrées au corpus.

Ce travail de consultation de sources primaires issues d'archives de titres de presse et de sources secondaires issues de documents biographiques, d'ouvrages et de documentaires, nous a permis d'analyser la genèse des musiques indépendantes et d'en proposer une périodisation afin de mieux appréhender ses dynamiques internes et externes. Les entretiens avec les participants de la scène indépendante contribuent pour leur part et complémentirement à la construction d'un récit commun et d'une histoire « en train de s'écrire ».

Enfin, l'analyse sociohistorique des musiques indépendantes et de leur marché nous a amenés à étudier l'évolution des sous-genres musicaux qui les caractérisent afin, notamment, de prendre en compte les évolutions esthétiques comme force de changement interne de la catégorie. En effet, les dimensions symboliques sont révélatrices des transformations des catégories de marchés artistiques et culturels et de leurs frontières (DiMaggio, 1987 ; Rao *et al.*, 2005).

Dans cette perspective, nous avons entrepris une analyse statistique à partir des classements des meilleurs albums par décennie publiés par le magazine en ligne *Pitchfork*. À partir des années 2000, *Pitchfork* s'est imposé comme le média international de référence des musiques indépendantes (Sinkovich *et al.*, 2013). Le média établit périodiquement des

classements des meilleurs albums par décennie : le *Top 100 Albums of the 1980s* (21 novembre 2002), le *Top 100 Albums of the 1990s* (17 novembre 2003), le *Top 200 Albums of the 2000s* (2 octobre 2009) et enfin le *Top 200 Albums of the 2010s* (8 octobre 2019). Chacun de ces classements sont republiés par le site *Album of the Year*⁴ qui agrège les critiques d’albums en indiquant l’année de sortie, la maison de disque et le genre musical des albums classés. Nous avons ainsi pu recenser les sous-genres les plus présents par décennie dans le but d’identifier les changements esthétiques et symboliques en jeu dans les dynamiques internes de la catégorie des musiques indépendantes. La liste des genres recensés par décennie est présentée en annexe 2.

Tableau 2. Aperçu de l’ensemble des données collectées et de leurs objectifs analytiques

Source	Ensemble de données	Objectifs analytiques	Focalisation analytique
Entretiens compréhensifs	22 heures d’enregistrement audio ; 672 pages de retranscription 21 informant : 10 entretiens individuels, 5 entretiens collectifs	Construire une histoire en train de se faire Identifier les représentations de l’indépendance Identifier les tensions interprétatives internes	Dynamiques internes (représentations, interprétations et définitions de la catégorie)
Sources primaires	606 articles de presse issus de la presse musicale et généraliste publiés entre 1970 et 2022	Acquérir une compréhension longitudinale du phénomène Observer les relations entre catégories et les effets de légitimation	Dynamiques externes et internes

⁴ <https://www.albumoftheyear.org>, consulté le 25 octobre 2023.

		Identifier les tensions interprétatives internes	
Sources secondaires	21 ouvrages historiques, bibliographiques et articles scientifiques	Identifier les périodes d'évolution de la catégorie Acquérir une compréhension longitudinale du phénomène	Dynamiques externes (les jeux de frontières) Analyse processuelle et séquentielle
Classements du magazine <i>Pitchfork</i>	4 classements décennaux regroupant 600 références de disques et d'artistes	Analyser l'évolution du genre musical Intégrer les dimensions symboliques esthétiques	Dynamiques internes (représentations esthétiques)

Analyse des données

L'analyse des données s'établit sur plusieurs phases et a eu pour but de répondre « aux trois objectifs d'identification, d'explication et d'interprétation du changement » (Smith & Lux, 1993, p. 599). Une première analyse séquentielle et chronologique des données issues des sources historiographiques et médiatiques a été effectuée afin de déterminer les bornes chronologiques des différentes phases de l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes. Les années 1977, 1991, 2001 et 2011 marquent, chacune à leur façon, des moments charnières de l'histoire des musiques indépendantes mis en évidence grâce à l'identification d'événements majeurs (annexe 3). Cette première analyse a permis de mettre en lumière les dynamiques externes liées à l'évolution des frontières de la catégorie des musiques indépendantes avec la catégorie dominante.

Dans un second temps, il a fallu expliquer ces changements. Ce travail d'explication de l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes s'appuie sur l'analyse sociohistorique.

L'approche sociohistorique se focalise davantage sur les acteurs de ces changements, sur leurs rôles et sur les rapports qu'ils entretiennent les uns avec les autres. Ces deux premières phases d'analyse ont permis de retracer l'histoire des musiques indépendantes à partir de ses acteurs et de l'évolution de ses frontières avec le *mainstream*.

Enfin, le troisième temps de l'analyse a consisté à l'interprétation des forces de changement internes à la catégorie. Nous nous sommes ici focalisés sur l'analyse croisée des données issues des entretiens⁵ et du corpus médiatique qui a permis de mettre au jour l'existence de différentes représentations de l'indépendance, révélant les tensions interprétatives internes à la catégorie. L'interprétation des changements s'opérant au sein et aux frontières de la catégorie a fait apparaître l'action conjointe des dynamiques internes et externes dans l'émergence et l'évolution de la catégorie des musiques indépendantes, nous permettant ainsi de répondre à notre question de recherche.

L'ensemble des données a été analysé suivant un certain nombre d'opérations de manipulation et de traitement caractéristiques de l'approche interprétative (Dumez, 2013 ; Spiggle, 1994) et a fait l'objet d'un traitement à l'aide du logiciel NVivo10 afin d'établir un découpage périodique et thématique. Plus spécifiquement, pour toutes ces données, nous avons eu recours à la méthode de l'analyse de contenu par catégorie conceptualisante (Paillé & Mucchielli, 2016), aussi appelée codage à visée théorique (Point & Fourboul, 2006). Par exemple, lors de notre enquête nous avons rapidement identifié les questions liées aux problèmes de définition qui entourent la notion d'indépendance et les tensions que cela implique. Plusieurs thèmes tels « l'indé est difficile à définir » ou « notion obsolète » ont

⁵ Les entretiens avec les participants de la scène indépendante contribuent à la construction d'un récit commun et d'une histoire « en train de s'écrire » contrairement à l'approche retenue par Cuffolo et Brée (2021) dans leur étude sur l'autoproduction musicale. C'est pourquoi notre recherche n'établit pas de borne de fin de manière à intégrer les dynamiques récentes et en cours de la catégorie indépendante.

d'abord été identifiés avant d'être regroupés sous la catégorie « flexibilité interprétative de l'indépendance » suivant cette perspective conceptualisante. De la même manière, les thèmes émergents de « décloisonnement », de « porosité » ou de « frontières de l'indépendance » ont pu être rassemblés autour de la catégorie plus large des « relations entre catégories (indé-*mainstream*) », nous permettant ainsi de monter en généralité et de faire le lien avec des dimensions théoriques.

Résultats

L'analyse des différentes données collectées nous permet, dans la première partie de nos résultats, de spécifier l'évolution de la catégorie alternative des musiques indépendantes à la lumière de ses relations avec la catégorie dominante de la musique *mainstream*. Quatre phases distinctes sont identifiées et utilisées pour organiser ce récit historique qui permet d'avancer les éléments qui conduisent à la reconfiguration des frontières de cette catégorie de marché alternative avec la catégorie dominante (dynamiques externes). Dans la deuxième partie de nos résultats, nous identifions et examinons les trois représentations principales de l'indépendance qui font d'elle une catégorie difficilement définissable (dynamiques internes). Nous décrivons les tensions interprétatives qui émanent de la coexistence et de l'évolution des représentations économique, esthétique et idéologique de l'indépendance. Enfin et en synthèse, nous faisons le lien entre les dynamiques internes et externes et leur action conjointe sur l'évolution de la catégorie de marché alternative.

Les frontières de l'indépendance : origines et évolution de la catégorie de marché

Émergence (1977-1991)

Les musiques indépendantes émanent de la contestation du fonctionnement de l'industrie du disque à la fin des années 1970 suscitant la formation d'un marché alternatif. Au

Royaume-Uni, cette nouvelle organisation économique est symbolisée par une coopérative de labels britanniques surnommée *The Cartel* fondée en 1977 et formalisée en 1982 dans le but d'établir un réseau de distribution autonome étendu et alternatif (Tranmer, 2021). S'ils sont tous animés par une volonté d'entreprendre, ces labels sont davantage portés par des prétentions idéologiques que commerciales (Bannister, 2006). Autrement dit, le positionnement économique des indépendants est adossée à un positionnement idéologique voire politique qui se matérialise par une organisation économique nouvelle. L'indépendance marque alors la volonté de démocratiser le marché de la musique et de proposer une alternative au marché dominant.

Ce renouveau passe par l'instauration de nouveaux dispositifs tels que les magazines musicaux *New Musical*, *Melody Maker* et *Sounds* qui consacrent des pages aux singles sortis par les labels indépendants à partir de 1980. Cette même année sont publiés les premiers *charts* indépendants. Le classement *Indie Charts* devient le baromètre de la scène indépendante. L'établissement du caractère indépendant d'une production musicale dépend alors du canal de distribution par lequel elle est diffusée. À cette époque, un single est catégorisé comme indépendant lorsqu'il est distribué en dehors des réseaux appartenant aux grandes maisons de disque.

Tous ces dispositifs répondent à une logique alternative fondée sur un « esprit d'indépendance ». Celui-ci s'étend progressivement aux États-Unis et à la France durant la seconde moitié des années 1980. On assiste alors à une réorganisation de ces marchés nationaux qui passe par l'émergence et le travail de nouveaux acteurs. Aux États-Unis, ce sont les radios universitaires (*college radios*) qui ont permis de faire découvrir de nombreux groupes. On parle alors de *college rock*, terme qui sera peu à peu remplacé par le *rock alternatif* puis l'*indie rock*. En France, le magazine *Les Inrockuptibles* apparu en 1986, marque un renouveau de la presse

musicale en traitant de ce nouveau genre musical et de nouveaux groupes venus d'Angleterre. Ce magazine s'inscrit alors clairement en rupture esthétique et éditoriale avec la presse rock traditionnelle et contribue à faire connaître cette nouvelle scène. Il installe son influence à travers un réseau pluri-médiatique construit autour du titre de presse puis du développement progressif d'autres formes de diffusion : le festival en 1988 ; le disque, avec les compilations ; un *chart* ; la radio à travers la collaboration avec Bernard Lenoir sur France Inter à partir de 1990. Ces différentes activités ont contribué à la catégorisation du marché des musiques indépendantes en France en établissant un clivage avec la catégorie dominante représentée par les majors du disque.

Mainstreamisation (1991-2001)

L'année 1991 marque un tournant dans l'évolution du marché des musiques indépendantes. Les acteurs du marché musical *mainstream* commencent à s'intéresser au courant indépendant. Plusieurs de nos répondants se remémorent cette époque de développement, d'internationalisation et de *mainstreamisation* des musiques alternatives durant laquelle des groupes *underground* étaient diffusés sur des chaînes et stations grand public. Cette démocratisation qui peut s'observer à travers l'évolution des canaux médiatiques entraîne une reconfiguration des relations entre majors et indépendants et un croisement des frontières entre les deux catégories.

Le développement de la scène indépendante et la popularisation de la pop et du rock indé ont amené les majors à engager une réflexion sur la façon d'intégrer les spécificités structurelles et idéologiques des indépendants et de pénétrer ce segment de marché. Le succès grandissant des artistes issus de cette scène – notamment représentés par le triomphe international de Nirvana – attire les convoitises des grands groupes de l'industrie musicale : « le succès de Nirvana a changé, une fois pour toutes, la perception de l'industrie à l'égard du

rock alternatif ou “indie” » (*The New York Times*, 6 juin 1993). De nombreux témoignages mettent en lumière les tensions induites par le rapprochement entre le marché dominant et le marché alternatif. Pour les artistes, elles s’expriment à travers la notion de *selling out* qui oppose le succès commercial à l’intégrité artistique (Bridson *et al.*, 2017).

On voit s’opérer un rapprochement entre indépendants et majors qui occulte les dimensions idéologiques et artistiques de l’indépendance pour laisser place à une conception essentiellement économique. Alors que les frontières entre ces deux formes organisationnelles deviennent de plus en plus floues, on assiste à la création d’un ensemble de labels « crypto-indies » entièrement financés par des majors mais utilisant un réseau de distribution indépendant (Fonarow, 2006, p. 37-38). L’apparition de ces membres intermédiaires (Paolella & Syakhroza, 2021) et cette reconfiguration des frontières entre catégories menacent la légitimité de la catégorisation indépendante.

Légitimation (2001-2011)

Ces pressions venant de l’extérieur de la catégorie s’atténuent partiellement au tournant des années 2000 durant lesquelles l’industrie du disque connaît de profondes mutations. À ce titre, 2001 marque une année charnière dans la généalogie des musiques indépendantes avec un renouveau de la scène portée par des groupes comme *The Strokes* ou *The Libertines*. Cette nouvelle vague d’artistes connaît un succès international et fait entrer le marché des musiques indépendantes dans une nouvelle ère. La culture *indie* s’internationalise grâce à Internet et s’érige en tant que culture de consommation globale. Après une phase de *mainstreamisation*, le secteur entame ainsi un processus à la fois de marchandisation et de légitimation durant cette décennie. Dans un contexte d’instabilité de l’industrie du disque, les nouvelles technologies numériques sont alors perçues comme une opportunité commerciale pour les producteurs indépendants. L’avènement d’Internet et des technologies numériques a changé la manière dont

les consommateurs accèdent à l'information et s'orientent à travers la pléthore de choix qui s'offrent à eux et a entraîné l'apparition de nouveaux acteurs comme *Pitchfork* qui devient l'un des médias les plus influents de l'industrie musicale (Sinkovich *et al.*, 2013). Cette période de légitimation de l'indépendance marquée par une reconfiguration de l'industrie du disque, la globalisation et la marchandisation de la culture indépendante se caractérise ainsi par l'indétermination des frontières de la catégorie avec le *mainstream*.

Polarisation (2011-)

À partir de 2011, tout se passe comme si le secteur des musiques indépendantes opérait un tournant déterminé par la marchandisation progressive du principe d'indépendance et par le développement de stratégies marketing associées. La séparation entre la catégorie alternative et la catégorie dominante s'accroît après des périodes de rapprochement successives. En réalité, plutôt qu'une fragmentation, on assiste davantage à une polarisation – c'est-à-dire la division en pôles opposés – des musiques indépendantes. Cette polarisation de l'indépendance passe par l'achèvement d'un processus de délégitimation des acteurs traditionnels du secteur indépendant au sein duquel s'opèrent de nouvelles catégorisations. Plusieurs magazines au passé illustre tels que *NME*, *Les Inrocks* ou *Magic* cessent leur activité ou accusent de lourdes pertes financières durant cette période.

En outre, de plus en plus d'acteurs et d'organisations sont catégorisés comme indépendants alors qu'ils adoptent les comportements et les modes de fonctionnement des majors. Des labels français tels que Naïve, Because, Wagram ou Tôt ou Tard symbolisent ces « gros » indépendants. Cette distinction entre « gros » et « petits » indépendants se concrétise avec la création de la Fédération nationale des labels indépendants (FELIN) en 2009 qui fait figure de nouvel entrant dans le paysage institutionnel face aux deux autres syndicats d'employeurs représentant le marché de la musique en France : le Syndicat national de l'édition

phonographique (SNEP) créé en 1922 et composé entre autres des trois majors ; et l'UPFI⁶ créée en 1986 et qui réunit les « gros » labels indépendants que nous venons de citer. La création de la FELIN symbolise donc cette fragmentation du secteur indépendant et le schisme qui s'opère au sein de la catégorie. La polarisation de l'indépendance ajoute au flou de la catégorie en contribuant à son instabilité. Elle est le signe des luttes de frontières avec le *mainstream* mais également des réinterprétations internes de la catégorie comme nous allons à présent le montrer dans la seconde partie des résultats.

L'évolution des représentations et interprétations de l'indépendance

La flexibilité interprétative de l'indépendance comme dynamique interne

La définition des musiques indépendantes constitue l'un des thèmes obsessionnels et les plus discutés de la culture indépendante. La catégorie indépendante est ainsi un objet soumis à la flexibilité interprétative des acteurs. C'est-à-dire, en reprenant les éléments proposés par Blanchet (2017), que la définition de la catégorie de marché des musiques indépendantes varie en fonction de l'utilisation et de l'interprétation de l'étiquette « indépendant » par les différents acteurs du marché. La difficulté d'attacher une définition stable et œcuménique à la catégorie indépendante est verbalisée par les participants eux-mêmes. D'ailleurs, le premier constat qui peut être fait lorsque l'on interroge les acteurs de ce milieu est qu'il s'agit d'un mot « fourre-tout », c'est-à-dire que sa signification est floue, polysémique, ambiguë et source de tensions et de négociations :

Je pense que chacun a sa propre façon de le représenter, de l'interpréter ou de le contester. Je pense que le succès commercial et *mainstream*, ne signifie pas nécessairement que tu n'es plus *indie* ou que tu n'as pas d'ethos indépendant. (Directeur artistique de festival, 41 ans)

⁶ L'UPFI a d'abord été créée sous le nom d'Association professionnelle des producteurs phonographiques indépendants (APPI) en 1986 avant de devenir l'Union des producteurs français indépendants (UPFI) en 1993.

L'indépendance c'est un mot qui a tant de significations, selon le contexte, il peut signifier quelque chose de totalement différent. (Musicien et fondateur d'un label, 25 ans)

Le nom ne fait plus sens aujourd'hui. Nous travaillons avec des artistes qui ne sont pas indés dans le genre, ni dans l'idéologie, ni légalement. Beaucoup d'entre eux sont signés sur des labels. (*Booker et manager*, 30 ans)

Ce dernier verbatim permet d'illustrer les trois représentations majeures de l'indépendance que nous avons historiquement identifiées : la représentation économique, la représentation esthétique et la représentation idéologique (tableau 3). Cette analyse recoupe la littérature sur le sujet. Lebrun (2006, p. 33) pointe du doigt la plurivocité de la notion d'indépendance et différencie les « labels indépendants “structurels”, relativement prosaïques dans leurs démarches [...] des indépendants “à vocation indépendante”, cherchant à éviter la logique libérale des majors ». Fonarow (2006) lui attribue plusieurs significations : un mode de production et de distribution assimilé aux labels indépendants, un genre musical avec ses propres conventions esthétiques, une musique diffusant une philosophie caractéristique et un style musical en contraste d'autres genres considérés comme *mainstream*. Nos résultats permettent ainsi de caractériser les trois représentations principales de l'indépendance constitutives des forces de changement internes à la catégorie.

Tableau 3. Les représentations de l'indépendance dans le marché de la musique

	Économique	Esthétique	Idéologique
Objets de définition	Modèle organisationnel Type de structures économiques Mode de production et de distribution	Genre musical et conventions esthétiques Influences artistiques Critères esthétiques et stylistiques	Scènes musicales Réseaux d'interconnaissance Normes et valeurs Principes éthiques
Perspective dominante	Perspective commerciale et industrielle	Perspective artistique	Perspective communautaire et politique

La représentation économique

Historiquement, l'indépendance se définit d'abord par un ensemble de critères économiques tels que le mode de production et de diffusion de la musique, le mode de financement, la taille ou encore le modèle économique des organisations qui composent l'industrie musicale. Cette définition économique de l'indépendance, qui a dominé les représentations durant les phases d'émergence, de structuration et de légitimation, présente des limites amenant à des conflits sur l'interprétation de la catégorie alternative. En effet, elle ne permet de faire la distinction qu'entre les acteurs affiliés aux majors du disque d'un côté et tous les autres acteurs du marché qui sont alors considérés comme des indépendants.

Or, nous l'avons vu, cette distinction a été remise en cause à compter de la phase de *mainstreamisation* et de récupération par les majors. Elle s'est ensuite accentuée lors de la phase de polarisation lorsque de nouveaux médias, de nouveaux labels et d'autres acteurs du marché ont fait leur apparition non plus uniquement en opposition ou en réaction au *mainstream* mais également aux acteurs les plus développés du secteur indépendant. Cette phase de polarisation se caractérise ainsi par un processus de recatégorisation interne des musiques indépendantes.

En considérant par ailleurs, comme le font la plupart des fédérations et associations de labels indépendants telles que la FELIN ou l'AIM (*Association of Independent Music*), que toute musique produite en dehors des majors est à classer dans la catégorie des musiques indépendantes, l'histoire artistique et culturelle de ce courant est occultée. C'est pourquoi d'autres représentations de l'indépendance ont participé aux changements et aux réinterprétations de la catégorie dans le temps.

La représentation idéologique

La culture musicale indépendante repose sur une histoire globale et une idéologie qui trouve ses racines dans le mouvement punk, contestataire et anarchiste des années 1970. Les

pionniers du mouvement post-punk et fondateurs des premiers labels indépendants ont hérité de la filiation situationniste du punk tout en se nourrissant de la pensée poststructuraliste (Hesmondhalgh, 1997) et néomarxiste (Lebrun, 2006).

Si l’ancrage politique de ce mouvement culturel n’est donc plus à démontrer, nous avons rendu compte, précédemment, de la dépolitisation progressive de la catégorie des musiques indépendantes au fur et à mesure de ses rapprochements avec la catégorie dominante. Les dynamiques externes de reconfiguration des frontières agissent donc sur les interprétations internes de la catégorie alternative. En retour, les tensions esthétique-idéologiques internes conditionnent l’évolution de la catégorie alternative et ses relations avec la catégorie dominante.

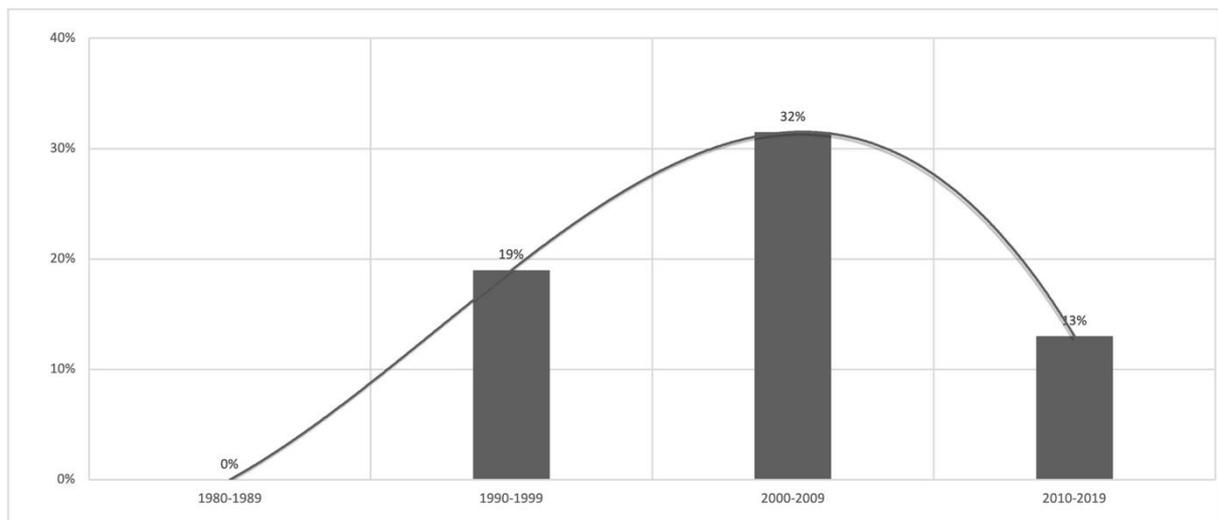
La représentation esthétique

Afin d’explorer le poids des représentations esthétiques de l’indépendance, nous avons examiné l’évolution du genre *indie* dans le secteur musical à partir de l’analyse des classements décennaux du magazine *Pitchfork* (Figure 1). Celle-ci révèle l’importance de la dimension esthétique et la manière dont la catégorie a évolué en se détachant peu à peu de sa seule signification économique. Dans les années 1980 c’est le terme « punk » qui est le plus mentionné à travers les sous-genres du post-punk (17) et du punk hardcore (3) avec 24 % des albums classés. L’« alternative » représente 19 % des mentions, et le terme « indie » n’apparaît pas encore. Durant la décennie 1990, l’« alternative » devient le genre le plus mentionné avec 21 %, puis l’« indie » fait son apparition avec 19 % (voir l’Annexe 2, pour la liste détaillée).

Ce premier constat reflète le passage de l’indépendance comme principe économique et culturel porté par le post-punk dans les années 1980, à son établissement en tant que genre musical dans les années 1990. Dans les années 2000, l’« indie » devient le genre le plus cité avec 31,5 % par le biais de l’indie rock, l’indie folk et l’indie pop. Cette augmentation correspond au « revival indie » et sa constitution en tant que genre associé à une culture de

consommation (voir l'annexe 3 pour des précisions). Dans les années 2000, le genre *indie* se popularise en se détachant de sa seule représentation économique, puis la notion s'imisce de façon transversale à plusieurs genres (rock, pop, mais aussi plus récemment les musiques électroniques, le rap, le classique ou encore le jazz) et contribue à qualifier et à hiérarchiser les œuvres et les artistes.

Figure 1. Pourcentage du genre *indie* parmi les albums classés dans les tops décennaux du magazine *Pitchfork*



Synthèse : l'action conjointe des dynamiques internes et externes

L'analyse de l'évolution des représentations des musiques indépendantes révèle que la notion même d'indépendance fait l'objet de réinterprétations qui constituent des forces de changement internes. Les différentes représentations économique, esthétique et idéologique influent en interne sur la définition de l'indépendance tout en s'inscrivant dans l'évolution historique de cette catégorie de marché alternative. Celle-ci a suivi plusieurs phases durant lesquelles les représentations dominantes ont évolué sous l'influence de dynamiques internes (les jeux d'interprétation et les problèmes de définition) mais aussi de dynamiques externes telles que les jeux de frontière vis-à-vis d'une catégorie dominante (voir tableau 4).

Le poids des différentes représentations évolue au cours du temps, participant ainsi de manière diachronique à la flexibilité interprétative de l'indépendance. Nos résultats mettent en évidence le rôle des catégorisations artistiques et symboliques dans l'évolution de la catégorie et montrent comment les tensions esthétiques et idéologiques internes peuvent être rattachées à aux dynamiques externes de jeux de frontières entre catégories. En effet, les dynamiques internes liées aux représentations n'agissent pas indépendamment des relations qu'entretient la catégorie alternative avec la catégorie dominante comme l'indique cet extrait d'un article de *Pitchfork* de 2019 :

De tous les bouleversements musicaux de ces dix dernières années, aucun n'a peut-être été plus vaste ou plus permanent que l'effacement complet des frontières autour de la « musique indépendante ». La double barrière financière et idéologique qui sépare ces deux mots [pop mainstream et indie] a commencé à s'effondrer, brique par brique. (Pitchfork, 17 octobre 2019)

Le flou autour de la définition des musiques indépendantes constitue une force de changement interne qui s'accompagne, en externe, d'une transformation des frontières de la catégorie vis-à-vis de la catégorie dominante. Ces deux dynamiques agissent de conserve sur l'évolution de la catégorie alternative tout en s'influençant mutuellement. En effet, le rapprochement entre les musiques indépendantes et le *mainstream* ont entraîné des tensions entre la représentation économique de l'indépendance et les représentations esthético-idéologique, et vice-versa.

Nos résultats montrent ainsi en quoi l'indépendance constitue bien une catégorie floue aux frontières indéfinies (Vergne & Wry, 2014) et mettent en lumière l'action conjointe des dynamiques internes d'interprétations et de représentations de la catégorie alternative et des dynamiques externes de jeu de frontières avec la catégorie dominante. Pour cela, il s'agit, comme nous le proposons dans cet article, de s'éloigner des définitions statiques et de reconnaître la contingence historique de l'indépendance (Mall, 2018).

Tableau 4. Dynamiques de la catégorie des musiques indépendantes

Phases	Dynamiques internes : les représentations de l'indépendance	Dynamiques externes : les jeux de frontières	Acteurs et dispositifs prépondérants	Exemples de verbatims
Émergence 1977-1991	Équilibre entre une perspective économique, idéologique et esthétique	Rupture et établissement des frontières	Magazines, charts et classements, fanzine, compilations	<p>Pour les innovations et pour la vitalité de la pop, il va falloir se tourner de plus en plus vers les petits labels et les nouveaux groupes, et c'est à eux et à leurs supporters de créer un réseau de distribution alternatif viable pour mettre leurs disques en magasin et, si possible, à la radio. (<i>The New York Times</i>, 6 septembre 1981)</p> <p>C'était une question politique. [...] Quand il s'agit d'avoir ton propre réseau de distribution, tu as le contrôle, tu as du pouvoir. Tu peux décider avec les musiciens de ce qu'il se passe dans le pays et donner aux gens d'autres moyens d'information. (Geoff Travis dans Hesmondhalgh, 1997, p. 257)</p>
<i>Mainstreamisation</i> 1991-2001	<p>Perspective économique et désidéologisée</p> <p>Mise en genre de l'indie</p>	Croisement des frontières : appropriation de l'indé par le mainstream	Presse spécialisée, radios universitaires, télévision	<p>C'est l'indé qui devient accessible en fait. Mais ça tu as vraiment l'impression que c'est un travail médiatique qui est fait quand même par rapport à ça. (musicien, 37 ans)</p> <p>Une réflexion sur les conditions de production, de diffusion et de promotion a abouti à des restructurations tentant de recréer, au sein des grosses maisons de disques, la spécificité des indépendants. (<i>Le Monde</i>, 23 avril 1992)</p>

				<p>En déposant son bilan fin 1990, le plus gros distributeur indépendant britannique [Rough Trade] avait entraîné dans sa chute bon nombre de labels et provoqué une restructuration de l'industrie du disque. Les collaborations entre petites structures et grosses maisons de disques se sont depuis multipliées. (<i>Le Monde</i>, 23 avril 1992)</p>
<p>Légitimation 2001-2011</p>	<p>Perspective marchande et émergence d'une culture de consommation</p>	<p>Indétermination des frontières entre l'indé et le mainstream</p>	<p>Blogs MP3, Pitchfork, Myspace, plateformes de <i>peer to peer</i></p>	<p>Pour satisfaire les consommateurs qui veulent s'habiller avec les accessoires du rock indie : « des jeunes qui portent des jeans moulants et des Vans » (<i>The New York Times</i>, 28 janvier 2007).</p> <p>Longtemps, la presse écrite a été la principale source d'information des chercheurs de sensations pop inédites. Aujourd'hui, ce sont les sites et les blogs du Net qui en sont devenus les principaux prescripteurs. Un site, en particulier, s'est imposé comme référence du bon goût indie rock : pitchfork.com. (<i>Le Monde</i>, 20 juillet, 2009)</p>
<p>Polarisation 2011-</p>	<p>Opposition entre une perspective marchande et une perspective esthétique-idéologique</p>	<p>Reconfiguration des frontières de l'indépendance Recatégorisation</p>	<p>Webzines, plateformes de streaming alternatives (Bandcamp et Soundcloud), classement médiatique</p>	<p>Moi j'ai 31 ans et les gens de notre génération ont connu les premiers émules d'internet, la démocratisation d'internet [...] la découverte des réseaux sociaux. Internet était davantage considéré comme quelque chose de positif. (musicien, 31 ans).</p> <p>Dans les années 90 tu voyais qu'il y avait des ponts entre le commercial et l'indé, le politique et le commercial. Maintenant c'est clairement réseauté, enfin c'est clairement divisé entre les Victoires de la Musique et nous. (musicienne, 36 ans)</p>

Discussion

Dans cet article, nous avons croisé les approches séquentielles des dynamiques de catégories avec une lecture plus complexe des changements qui opèrent aux frontières et au sein des catégories alternatives. Nos résultats basés sur une enquête sociohistorique des musiques indépendantes permettent d’approfondir les connaissances sur les dynamiques de catégories en introduisant de nouveaux éléments d’analyse. Nous allons à présent discuter de ces résultats portant sur les dynamiques conjointes des catégories de marché, la dialectique alternatif/*mainstream* à l’origine de jeux de frontières et enfin les enjeux stratégiques et idéologiques qui en découlent.

Les dynamiques conjointes des catégories de marché alternatives

Les différentes phases identifiées par l’analyse séquentielle de la catégorie des musiques indépendantes offrent une lecture processuelle de l’évolution d’une catégorie alternative. Toutefois, comme le synthétise le tableau 4, nous avons mis en lumière l’instabilité de la catégorie indépendante tout le long de son évolution, au cours de laquelle la catégorie est constamment réinterprétée en fonction de la prédominance de certaines représentations et de la reconfiguration des frontières. Nous avons ainsi montré que les processus d’émergence et d’évolution d’une catégorie alternative reposent sur des mécanismes complexes impliquant l’interaction entre les dynamiques internes (les jeux de réinterprétations et les problèmes de définition de l’indépendance) et les dynamiques externes avec la catégorie dominante (les jeux autour de la remise en cause des frontières de l’indépendance). Ces dynamiques sont dites conjointes car elles agissent simultanément sur l’évolution des catégories de marché alternatives. Par rapport à la littérature existante, notre article souligne donc l’intérêt d’étudier simultanément les forces de changements internes et externes et la manière dont elles

s'influencent mutuellement, afin d'améliorer notre compréhension des dynamiques de catégorie.

De plus, les études portant sur l'émergence et l'évolution des catégories ont principalement appréhendé les changements comme des passages d'un état stable à un autre suivant un processus séquentiel. Les changements de catégories sont généralement associés à un afflux de nouveaux entrants qui entraînerait le départ de nombreux membres de la catégorie et une évolution des critères d'évaluation comme dans le cas de la *grappa* (Delmestri & Greenwood, 2016) ou du gin (Pedeliento *et al.*, 2019). Pourtant, de la même manière que Gollnhofer et Bhatnagar (2021) expliquent que les nouveaux critères d'évaluation du marché de l'alimentaire allemand n'ont pas remplacé les anciens, nous montrons à travers les différentes formes de représentations principales de l'indépendance (économique, esthétique et idéologique) que différents critères de définition et donc d'évaluation peuvent coexister ; même si notre recherche montre que certaines représentations dominent davantage que d'autres à différents stades de l'évolution de la catégorie.

Les dynamiques internes et externes autour de la dialectique alternatif-mainstream

Si notre étude confirme que les catégories alternatives émergent et évoluent en s'appuyant sur la critique d'une catégorie dominante (Blanchet, 2017 ; Dion & Tachet, 2020), elle permet également de mettre au jour que ces catégories alternatives sont sujettes à des réinterprétations internes. Ce sont des espaces de renégociations et de tensions symboliques, discursives et matérielles constantes au sein desquels différentes représentations coexistent et s'opposent parfois.

Nous avons mis en évidence que l'indépendance constitue une notion floue et plurivoque car soumise aux interprétations et aux représentations des acteurs. Le *mainstream*

est, en miroir, une notion tout aussi floue et une catégorie aux contours mal définis. La catégorie de marché des musiques indépendantes est conditionnée par l'instabilité des frontières avec le marché dominant qui caractérise les catégories floues (Vergne & Wry, 2014). Elle est également caractérisée par l'érosion de ces frontières due à l'appropriation d'attributs catégoriels par le *mainstream* (Rao *et al.*, 2005). De fait, la catégorisation de certains acteurs, produits ou modes de consommation est elle-même sujette à une redéfinition continue, pouvant passer d'un statut de *mainstream* à indépendant, et vice-versa.

Les frontières entre l'alternatif et le *mainstream* sont fondamentalement instables (Crewe *et al.*, 2003). Notre étude montre que cette instabilité et les tensions entre ces catégories constituent la raison d'être de l'indépendance. Le *mainstream* peut alors être analysé comme une construction imaginée et homogénéisée contre laquelle se positionne l'alternatif par le biais de processus de travail, de déplacement et de politisation des frontières (Lamont & Molnár, 2002). Par exemple, les détaillants d'objets rétro construisent un discours oppositionnel au regard d'un marché « *mainstream* imaginé » duquel ils cherchent à se différencier (Crewe *et al.*, 2003). Nous avons notamment montré que les musiques indépendantes étaient entrées dans une phase de polarisation au cours des années 2010. Des tensions et désaccords sur la définition de l'indépendance ont émergé au sein même de la catégorie, reproduisant ainsi les mécanismes d'opposition et de différenciation qui existent entre l'alternatif et le *mainstream*.

L'instabilité des frontières au cœur des catégories alternatives

Dès lors, nous pouvons demander ce que signifient encore ces catégories et leurs frontières ? Étudier l'indépendance suppose « de rendre compte de la labilité de ses frontières dans le temps et dans l'espace » (Noël & Pinto, 2018, p. 7). C'est ce que nous avons entrepris à travers notre enquête sociohistorique des musiques indépendantes, en prenant en compte leur évolution périodique. Les frontières de la catégorie indépendante sont mouvantes et évoluent

en fonction du contexte historique et culturel. Par exemple, d'après Mall (2018, p. 447), les définitions économiques et organisationnelles des labels indépendants et des majors « ne sont pas invalides mais historiquement contingentes, liées à un lieu et un temps particuliers ». Pour autant, bien que les frontières entre indépendance et *mainstream* soient contextuelles et évolutives, notre recherche contribue à montrer que ces dynamiques entre catégories alternatives et dominantes peuvent structurer durablement une industrie comme celle de la musique alors même que, comme l'affirment Pontikes et Barnett (2015), la plupart des recherches existantes supposent que seules les catégories de marché bien définies deviennent pertinentes. En d'autres termes, l'instabilité des frontières d'une catégorie alternative n'empêche en rien son institutionnalisation et sa pérennité.

Notre article contribue ainsi à la recherche sur les dynamiques de catégories en montrant que les catégories floues, aux frontières indéfinies et sujettes à réinterprétation, peuvent jouer un rôle déterminant dans l'organisation de certains marchés comme celui de la musique. Les catégories alternatives sont des matérialisations des tensions entre différentes représentations et conceptions du monde, ce qui explique la difficulté de les caractériser et de les définir en tant que catégorie stable. Au contraire, notre recherche reconnaît l'instabilité des frontières d'une catégorie alternative comme un élément central de sa définition. Ces tensions, qui constituent l'essence des catégories alternatives, se manifestent à travers les différents dispositifs de marché y compris matériels et leurs appropriations au sein de ces catégories. C'est le cas, par exemple, des mouvements de résurgence de certains supports audio, comme le vinyle ou plus récemment la cassette, portés par le secteur indépendant puis ayant fait l'objet de récupération par le *mainstream* (Collet & Rémy, 2023).

Ainsi, alors que nos résultats soulignent l'importance des représentations et des discours dans la construction et l'évolution des catégories, ils contribuent également à confirmer que le

processus de catégorisation des marchés n'est pas seulement déterminé par les interprétations et les significations mais également par les dispositifs sociomatériels présents sur les marchés (Dion & Tachet, 2020).

Les enjeux stratégiques et idéologiques de la récupération des catégories alternatives

Cet article permet également d'approfondir nos connaissances sur l'évolution des catégories alternatives. Il confirme que leur construction et leur évolution sont le fait de l'antagonisme de certains acteurs vis-à-vis d'une catégorie dominante et, par conséquent, des jeux de frontières et d'interprétations de la catégorie. Dans leur étude des vins italiens, Negro *et al.* (2011) explorent les disputes entre deux groupes d'acteurs à propos d'une même catégorie et les changements dans l'interprétation de celle-ci en montrant que la réinterprétation d'une catégorie soulève des problématiques d'oppositions internes. Notre étude met en évidence les enjeux d'interprétation internes mais également externes à la catégorie alternative. Elle montre en cela que l'indépendance constitue une ressource symbolique importante pour certains acteurs du marché de la musique. L'appellation « indépendante » devient alors un enjeu de lutte face aux tentatives d'appropriation et à la réinterprétation de la catégorie alternative par la catégorie dominante.

Nous soulignons ainsi qu'il y a des enjeux stratégiques et idéologiques liés à l'émergence des catégories alternatives. Dans cette perspective, l'usage des catégories ne relève pas d'un processus cognitif mais des intérêts des acteurs et des idéologies : c'est un acte stratégique et/ou politique (Pontikes & Kim, 2017 ; Quinn & Munir, 2017). Certains acteurs du marché ont recours à des catégories alternatives afin de se différencier et se distancier d'un système dominant au sein duquel ils ne peuvent ni se développer, ni réussir sans compromettre leurs valeurs. C'est le cas, par exemple, des plateformes alternatives *Bandcamp* et *Soundcloud* qui ont su s'établir sur le marché concurrentiel du *streaming* musical en proposant des

positionnements correspondant aux valeurs des producteurs et consommateurs de musiques indépendantes (Hesmondhalgh *et al.*, 2019).

Ces positionnements stratégiques et idéologiques peuvent faire l'objet d'appropriation et de récupération par le courant dominant. Les travaux en recherche sur la consommation permettent d'aborder les dynamiques entre des catégories alternatives et des catégories dominantes (*mainstream*) et les logiques d'appropriation et d'incorporation qui s'établissent entre les deux. Goulding et Saren (2007) décrivent par exemple comment les « Goth » en tant que sous-culture de consommation ont participé à la création d'un nouveau marché en opposition au *mainstream* et comment ce marché a évolué. Ils identifient ainsi trois phases distinctes de développement, la phase de rébellion, la phase de fragmentation et la phase d'appropriation et de marchandisation (*commodification*), c'est-à-dire de récupération par le *mainstream*.

Notre recherche suggère des résultats comparables à travers les différentes phases périodiques que nous avons identifiées. Elle questionne néanmoins l'ordre et la continuité des phases décrites par Goulding et Saren (2007) en montrant que la phase de fragmentation (ou de polarisation dans notre cas) peut être en partie consécutive à un processus d'appropriation déjà entamé. En effet, les rapprochements entre une catégorie alternative et une catégorie dominante contribuent à ce que certains membres de la catégorie alternative radicalisent leurs positions au gré des réinterprétations de la catégorie.

Conclusion

Si la recherche sur les dynamiques de catégories fait l'objet d'une attention croissante en management, aucune étude ne s'était concentrée sur ces mécanismes complexes de changement en étudiant l'action conjointe des dynamiques internes et externes dans

l'émergence et l'évolution des catégories. Cette recherche comble ainsi ce manque théorique en permettant, à partir d'une approche sociohistorique, d'appréhender les facteurs exogènes et endogènes participant à la définition et à la délimitation d'une catégorie de marché alternative. Elle met également en évidence la manière dont de multiples acteurs et dispositifs de marché incarnent les différentes représentations et logiques à l'œuvre dans l'évolution d'une catégorie.

Ce travail permet donc de contribuer de plusieurs manières à la littérature sur les catégories de marché, notamment en mettant en lumière l'influence de catégories non-marchandes dans la formation de catégories de marché. Étant socialement construites, les catégories transcendent les domaines artistiques et économiques. Toutefois, une même catégorie peut être perçue et définie différemment en fonction du domaine et de l'environnement auxquels on la rattache. C'est le jeu des représentations qui, nous l'avons montré, interrogent la définition et l'interprétation d'une catégorie.

Une autre contribution est d'envisager les liens qui existent entre les catégories alternatives et les innovations culturelles et organisationnelles. En étudiant la manière dont la catégorie des musiques indépendantes a émergé et évolué en relation avec une catégorie dominante, cet article éclaire sur l'origine de l'innovation dans les industries créatives. En effet, « nombre des innovations culturelles les plus importantes proviennent de petites entreprises et de producteurs indépendants » (DiMaggio, 1977, p. 440). En termes organisationnels, notre recherche montre ainsi que le *mainstream* s'inscrit dans une logique d'*exploitation* alors que l'indépendance suit une logique d'*exploration* dont l'essence « est l'expérimentation de nouvelles alternatives » (March, 1991, p. 85). Ainsi, elle ouvre de nouvelles perspectives sur la compréhension de la façon dont de nouveaux produits, catégories et modes de consommation émergent et donc de la nature et l'origine de l'innovation dans les industries créatives (Jones *et al.*, 2011).

Plus largement, cet article apporte un éclairage sur l'indépendance au sein du marché musical et invite à étendre l'étude de cette catégorie alternative à d'autres contextes tels que le cinéma (Khaire, 2017 ; Newman, 2011, 2017), la bande dessinée (Hatfield, 2005), les jeux vidéo (Parker *et al.*, 2018) ou encore le secteur récent de la brasserie indépendante (Murray & O'Neill, 2012) afin d'évaluer sa transférabilité d'un secteur à un autre. La conceptualisation d'un registre de l'indépendance permettrait d'aborder d'autres problématiques importantes de nos sociétés contemporaines telles que la question du travail indépendant et de l'indépendance des médias.

Références

- Alexandre, O., Noël, S. & Pinto, A. (dir.) (2017). *Culture et (in)dépendance : Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles* (New). Peter Lang.
- Arsel, Z., & Thompson, C. J. (2011). Demythologizing consumption practices: How consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths. *Journal of Consumer Research*, 37(5), 791-806. doi : [10.1086/656389](https://doi.org/10.1086/656389)
- Batat, W., Manna, V., Ulusoy, E., Peter, P.C., Ulusoy, E., Vicdan, H., & Hong, S. (2016). New paths in researching “alternative” consumption and well-being in marketing: alternative food consumption / Alternative food consumption: What is “alternative”? / Rethinking “literacy” in the adoption of AFC / Social class dynamics in AFC. *Marketing Theory*, 16(4), 561-561. doi : [10.1177/1470593116649793](https://doi.org/10.1177/1470593116649793)
- Blanchet, V. (2017). “We make markets”: The role of the Ethical Fashion Show in categorising the ethical fashion. *Recherche et applications en marketing (English Edition)*, 32(2), 27-47. doi : [10.1177/2051570716685521](https://doi.org/10.1177/2051570716685521)
- Bridson, K., Evans, J., Varman, R., Volkov, M., & McDonald, S. (2017). Questioning worth: Selling out in the music industry. *European Journal of Marketing*, 51(9-10), 1650-1668. doi : [10.1108/EJM-06-2015-0391](https://doi.org/10.1108/EJM-06-2015-0391)
- Campana, M., Chatzidakis, A., & Laamanen, M. (2017). Introduction to the special issue: A macromarketing perspective on alternative economies. *Journal of Macromarketing*, 37(2), 125-130. doi : [10.1177/0276146717700228](https://doi.org/10.1177/0276146717700228)
- Carroll, G. R., & Swaminathan, A. (2000). Why the microbrewery movement? Organizational dynamics of resource partitioning in the U.S. brewing industry. *American Journal of Sociology*, 106(3), 715-762. doi : [10.1086/318962](https://doi.org/10.1086/318962)
- Choi, H., & Burnes, B. (2022). Market legitimation in countercultural market change. *Marketing Theory*, 22(1), 41-65. doi : [10.1177/14705931211056055](https://doi.org/10.1177/14705931211056055)
- Collet, B., & Rémy, E. (2023) Exploring the (un)changing nature of cultural intermediaries in digitalised markets: Insights from independent music. *Journal of Marketing Management*, 39(5-6), 443-469. doi : [10.1080/0267257X.2022.2118814](https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2118814)
- Crewe, L., Gregson, N., & Brooks, K. (2003). The discursivities of difference: Retro retailers and the ambiguities of “the alternative”. *Journal of Consumer Culture*, 3(1), 61-82. doi : [10.1177/1469540503003001931](https://doi.org/10.1177/1469540503003001931)
- Cuffolo, R., & Brée, J. (2021). Autopsie d’une tentative de résistance aux « majors ». *Revue française de gestion*, 47(294), 157-171. doi : [10.3166/rfg.2021.00503](https://doi.org/10.3166/rfg.2021.00503)

Delacour, H., & Leca, B. (2011). The decline and fall of the Paris Salon: a study of the deinstitutionalization process of a field configuring event in the cultural activities. *M@n@gement*, 14(1), 436-466. doi : [10.3917/mana.141.0436](https://doi.org/10.3917/mana.141.0436)

Delmestri, G. et Greenwood, R. (2016). How Cinderella became a queen: Theorizing radical status change. *Administrative Science Quarterly*, 61(4), 507-550. doi : [10.1177/0001839216644253](https://doi.org/10.1177/0001839216644253)

Delmestri, G., Wezel, F. C., Goodrick, E., & Washington, M. (2020). The hidden paths of category research: climbing new heights and slippery slopes. *Organization Studies*, 41(7), 909-920. doi : [10.1177/0170840620932591](https://doi.org/10.1177/0170840620932591)

DiMaggio, P. (1987). Classification in art. *American Sociological Review*, 52(4), 440-455. doi : [10.2307/2095290](https://doi.org/10.2307/2095290)

DiMaggio, P. (1977). Market structure, the creative process, and popular culture: Toward an organizational reinterpretation of mass-culture theory. *The Journal of Popular Culture*, 11(2), 436-452. doi : [10.1111/j.0022-3840.1977.00436.x](https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1977.00436.x)

Dion, D., & Tachet, B. (2020). Dynamics between market categories: A study of the (in) visibility of the plus-size fashion market. *Recherche et applications en marketing (English Edition)*, 35(1), 62-83. doi : [10.1177/2051570719863648](https://doi.org/10.1177/2051570719863648)

Dumez, H. (2013). *Méthodologie de la recherche qualitative : Les questions clés de la démarche compréhensive*. Vuibert.

Durand, R., Granqvist, N., & Tyllström, A. (2017). From categories to categorization: A social perspective on market categorization. In R. Durand, N. Granqvist, & A. Tyllström (dir.), *From categories to categorization: Studies in sociology, organizations and strategy at the crossroads, Research in the Sociology of Organizations* (vol. 51, p. 3-30). Emerald Publishing Limited. doi : [10.1108/S0733-558X20170000051011](https://doi.org/10.1108/S0733-558X20170000051011)

Durand, R., & Khaire, M. (2017). Where do market categories come from and how? Distinguishing category creation from category emergence. *Journal of Management*, 43(1), 87-110. doi : [10.1177/0149206316669812](https://doi.org/10.1177/0149206316669812)

Durand, R., & Thornton, P. H. (2018). Categorizing institutional logics, institutionalizing categories: a review of two literatures. *Academy of Management Annals*, 12(2), 631-658. doi : [10.5465/annals.2016.0089](https://doi.org/10.5465/annals.2016.0089)

Fonarow, W. (2006). *Empire of dirt: The aesthetics and rituals of British indie music*. Wesleyan University Press.

Gollnhofer, J., & Bhatnagar, K. (2021). Investigating category dynamics: an archival study of the german food market. *Organization Studies*, 42(2), 245-268. doi : [10.1177/0170840620980245](https://doi.org/10.1177/0170840620980245)

Goulding, C., & Saren, M. (2007). "Gothic" entrepreneurs: a study of the subcultural commodification process. In B. Cova, R. V. Kozinets, & A. Shankar (dir.), *Consumer tribes* (p. 227-242). Butterworth-Heinemann.

Granqvist, N., & Laurila, J. (2011). Rage against self-replicating machines: Framing science and fiction in the US nanotechnology field. *Organization Studies*, 32(2), 253-280. doi : [10.1177/0170840610397476](https://doi.org/10.1177/0170840610397476)

Hatfield, C. (2005). *Alternative Comics: An Emerging Literature*. University Press of Mississippi.

Hesmondhalgh, D., Jones, E., & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as alternative music platforms. *Social Media and Society*, 5(4). doi : [10.1177/2056305119883429](https://doi.org/10.1177/2056305119883429)

Hesmondhalgh, D., & Meier, L. (2014). Popular music, independence and the concept of the alternative in contemporary capitalism. In J. Bennett & N. Strange (dir.), *Media independence: Working with freedom or working for free* (p. 94-116). Routledge.

Jones, C., Svejenova, S., & Strandgaard, J. (2011). Misfits, mavericks and mainstreams: Drivers of innovation in creative industries. *Organization Studies*, 32(5), 720-722. doi : [10.1177/0170840611410800](https://doi.org/10.1177/0170840611410800)

Khaire, M. (2017). The importance of being independent: The role of intermediaries in creating market categories. In R. Durand, N. Granqvist, & A. Tyllström (dir.), *From categories to categorization: Studies in sociology, organizations and strategy at the crossroads. Research in the sociology of organizations* (vol. 51, p. 259-293). Emerald Publishing Limited. doi : [10.1108/S0733-558X20170000051007](https://doi.org/10.1108/S0733-558X20170000051007)

Khaire, M., & Wadhvani, R. D. (2010). Changing landscapes: The construction of meaning and value in a new market category-Modern Indian art. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1281-1304. doi : [10.5465/amj.2010.57317861](https://doi.org/10.5465/amj.2010.57317861)

Lamont, M., & Molnár, V. (2002). The study of boundaries in the social sciences. *Annual Review of Sociology*, 28(1), 167-195. doi : [10.1146/annurev.soc.28.110601.141107](https://doi.org/10.1146/annurev.soc.28.110601.141107)

Lee, B. H., Hiatt, S. R., & Lounsbury, M. (2017). Market mediators and the trade-offs of legitimacy-seeking behaviors in a nascent category. *Organization Science*, 28(3), 447-470. doi : [10.1287/orsc.2017.1126](https://doi.org/10.1287/orsc.2017.1126)

Mall, A. (2018). Concentration, diversity, and consequences: Privileging independent over major record labels. *Popular Music*, 37(3), 444-465. doi : [10.1017/S0261143018000375](https://doi.org/10.1017/S0261143018000375)

March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87. doi : [10.1287/orsc.2.1.71](https://doi.org/10.1287/orsc.2.1.71)

Murray, D. W., & O'Neill, M. A. (2012). Craft beer: Penetrating a niche market. *British Food Journal*, 114(7), 899-909. doi : [10.1108/00070701211241518](https://doi.org/10.1108/00070701211241518)

Musca, G. (2006). Une stratégie de recherche processuelle : l'étude longitudinale de cas enchâssés. *M@n@gement*, 9(3), 153-176. doi : [10.3917/mana.093.0153](https://doi.org/10.3917/mana.093.0153)

Navis, C., & Glynn, M. A. (2010). How new market categories emerge: Temporal dynamics of legitimacy, identity, and entrepreneurship in satellite radio, 1990–2005. *Administrative Science Quarterly*, 55(3), 439-471. doi : [10.2189/asqu.2010.55.3.439](https://doi.org/10.2189/asqu.2010.55.3.439)

Negro, G., Hannan, M. T., & Rao, H. (2011). Category reinterpretation and defection: Modernism and tradition in Italian winemaking. *Organization Science*, 22(6), 1449-1463. doi : [10.1287/orsc.1100.0619](https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0619)

Negro, G., Koçak, Ö., & Hsu, G. (2010). Research on categories in the sociology of organizations. In G. Hsu, G. Negro, & Ö. Koçak (dir.), *Categories in markets: Origins and evolution, Research in the sociology of organizations* (vol. 31, p. 3-35). Emerald Publishing Limited. doi : [10.1108/S0733-558X\(2010\)0000031003](https://doi.org/10.1108/S0733-558X(2010)0000031003)

Newman, M. Z. (2011). *Indie: An American film culture*. Columbia University Press.

Newman, M. Z. (2017). Indie Film as Indie Culture. In G. King (dir.), *A companion to American indie film* (p. 25-41). Wiley Blackwell.

Noël, S., & Pinto, A. (2018). Indé vs Mainstream. *Sociétés contemporaines*, 111, 5-17.

Paillé, P., & Mucchielli, A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.

Paolella, L., & Syakhroza, M. A. (2021). Beyond the insider-outsider divide: Heterogeneous effects of organizational identity and category taken-for-grantedness on conformity. *Social Forces*, 99(4), 1487-1517. doi : [10.1093/sf/soaa081](https://doi.org/10.1093/sf/soaa081)

Parker, F., Whitson, J. R., & Simon B. (2018). Megaboost: The cultural intermediation of indie games. *New Media et Society*, 20(5), 1953-1972. doi : [10.1177/1461444817711403](https://doi.org/10.1177/1461444817711403)

Pedeliento, G., Andreini, D., & Dalli, D. (2019). From Mother's Ruin to Gnaissance: Emergence, settlement and resettlement of the gin category. *Organization Studies*, 41(7), 969-992. doi : [10.1177/0170840619883366](https://doi.org/10.1177/0170840619883366)

Point, S., & Fourboul, C. V. (2006). Le codage à visée théorique. *Recherche et Applications en Marketing*, 21(4), 61-78. doi : [10.1177/076737010602100404](https://doi.org/10.1177/076737010602100404)

Pontikes, E. G., & Barnett, W. P. (2015). The persistence of lenient market categories. *Organization Science*, 26(5), 1415-1431. doi : [10.1287/orsc.2015.0973](https://doi.org/10.1287/orsc.2015.0973)

Pontikes, E. G., & Kim, R. (2017). Strategic categorization. In *From Categories to Categorization: Studies in Sociology, Organizations and Strategy at the Crossroads* (vol. 51, p. 71-111). Emerald Publishing Limited. doi : [10.1108/S0733-558X20170000051003](https://doi.org/10.1108/S0733-558X20170000051003)

Quinn, Q. C., & Munir, K. A. (2017). Hybrid categories as political devices: The case of impact investing in frontier markets. In R. Durand, N. Granqvist, & A. Tyllström (dir.), *From categories to categorization: Studies in sociology, organizations and strategy at the crossroads. Research in the sociology of organizations* (vol. 51, p. 113-150). Emerald Publishing Limited.

Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2005). Border crossing: Bricolage and the erosion of categorical boundaries in French gastronomy. *American Sociological Review*, 70(6), 968-991. doi : [10.1177/000312240507000605](https://doi.org/10.1177/000312240507000605)

Schultz, P. L., Marin, A., & Boal, K. B. (2014). The impact of media on the legitimacy of new market categories: The case of broadband internet. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 34-54. doi : [10.1016/j.jbusvent.2012.11.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.11.001)

Sinkovich, J., Ravanas, P., & Brindisi, J. (2013). Company profile: Pitchfork: birth of an indie music mega-brand. *International Journal of Arts Management*, 15(2), 73-81.

Smith, R. A., & Lux, D. S. (1993). Historical method in consumer research: developing causal explanations of change. *Journal of Consumer Research*, 19(4), 595-610. doi : [10.1086/209325](https://doi.org/10.1086/209325)

Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 491-503. doi : [10.1086/209413](https://doi.org/10.1086/209413)

Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2005). Border crossing: Bricolage and the erosion of categorical boundaries in French gastronomy. *American Sociological Review*, 70(6), 968-991. doi : [10.1177/000312240507000605](https://doi.org/10.1177/000312240507000605)

Rosa, J. A., Porac, J. F., Runser-Spanjol, J., & Saxon, M. S. (1999). Sociocognitive dynamics in a product market. *Journal of Marketing*, 63, 64-77. doi : [10.2307/1252102](https://doi.org/10.2307/1252102)

Siltaoja, M., Lähdesmäki, M., Granqvist, N., Kurki, S., Puska, P., & Luomala, H. (2020). The dynamics of (de)stigmatization: Boundary construction in the nascent category of organic farming. *Organization Studies*, 41(7), 993-1018. doi : [10.1177/0170840620905167](https://doi.org/10.1177/0170840620905167)

Star, S. L., & Griesemer, J. R. (1989). Institutional ecology, “translations” and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley’s museum of vertebrate zoology, 1907-39. *Social Studies of Science*, 19(3), 387-420. doi : [10.1177/030631289019003001](https://doi.org/10.1177/030631289019003001)

Suddaby, R. (2016). Toward a historical consciousness: Following the historic turn in management thought. *M@n@gement*, 19(1), 46-60. doi : [10.3917/mana.191.0046](https://doi.org/10.3917/mana.191.0046)

Syakhroza, M. A., Paoella, L., & Munir, K. (2019). Holier than thou? Identity buffers and adoption of controversial practices in the Islamic banking category. *Academy of Management Journal*, 62(4), 1252-1277. doi : [10.5465/amj.2016.1017](https://doi.org/10.5465/amj.2016.1017)

Vergne, J.-P., & Wry, T. (2014). Categorizing categorization research: Review, integration, and future directions. *Journal of Management Studies*, 51(1), 56-94. doi : [10.1111/joms.12044](https://doi.org/10.1111/joms.12044)

Verhaal, J. C., Khessina, O. M., & Dobrev, S. D. (2015). Oppositional product names, organizational identities, and product appeal. *Organization Science*, 26(5), 1466-1484. doi : [10.1287/orsc.2015.1000](https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1000)

Williams, C. C. (2005). *A commodified world? Mapping the limits of capitalism*. Zed Books.

WIN (2018). *WINTEL: Worldwide Independent Market Report 2018*. URL : <https://winformu.sic.org/mp-files/wintel-2018.pdf>. Consulté le 25 octobre 2023

Annexes

Annexe 1. Liste des données secondaires

Azerrad, M. (2002). *Our band could be your life: scenes from the American indie underground 1981–1991*. Little, Brown and Company.

Bannister, M. (2006). “Loaded”: Indie guitar rock, canonism, white masculinities. *Popular Music*, 25(1), 77-95. doi : [10.1017/S026114300500070X](https://doi.org/10.1017/S026114300500070X)

Cavanagh, D. (2000). *The Creation Records story*. Virgin Books.

DeRogatis, J. (1996). *Kaleidoscope eyes: Psychedelic rock from the '60s to the '90s*. Citadel Press.

DeRogatis, J. (2003). *Turn on your mind: Four decades of great psychedelic rock*. Hal Leonard Corporation.

Fonarow, W. (2006). *Empire of dirt: The aesthetics and rituals of British indie music*. Wesleyan University Press.

Goodman, L. (2017). *Meet me in the bathroom: Rebirth and rock and roll in New York city 2001–2011*. Faber et Faber.

Hesmondhalgh, D. (1996). *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*. University of London.

Hesmondhalgh, D. (1997). Post-Punk’s attempt to democratise the music industry: The success and failure of Rough Trade. *Popular Music*, 16(3), 255-274. doi : [10.1017/S0261143000008400](https://doi.org/10.1017/S0261143000008400)

Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34-61. doi : [10.1080/095023899335365](https://doi.org/10.1080/095023899335365)

Kruse, H. (2003). *Site and sound: Understanding independent music scenes*. Peter Lang.

Lebrun, B. (2006). Majors et labels indépendants : France, Grande-Bretagne, 1960-2000. *Vingtième Siècle. Revue d’histoire*, 92(4), 33-45. doi : [10.3917/ving.092.0033](https://doi.org/10.3917/ving.092.0033)

Marcus, G. (2000). *Lipstick Traces. Une histoire secrète du vingtième siècle*. Gallimard.

Oakes, K. (2009). *Slanted and enchanted: The evolution of indie culture*. Holt Paperbacks.

Pottier, J.-M. (2016). *Indie pop : 1979–1997*. Le Mot et le reste.

Reynolds, S. (1989). Against health and efficiency: Independent music in the 1980s. Dans A. McRobbie (dir.), *Zoot suits and second-hand dresses: An anthology of fashion and music* (p. 245-255). Macmillan. doi : [10.1007/978-1-349-19999-0_19](https://doi.org/10.1007/978-1-349-19999-0_19)

Reynolds, S. (2009). *Rip it up and start again: Postpunk 1978–1984*. Faber et Faber.

Richard, P. (2015). *The indie way of life: La Route du rock, 1991– ...* Les Éditions de Juillet.

Rudent, C. (2000). *Le discours sur la musique dans la presse française : L'exemple des périodiques spécialisés en 1993*. Université Paris 4.

Simon, P. (2009). Les Inrockuptibles, le purisme rock, la variété culturelle et l'engagement politique. Entretien avec Sylvain Bourmeau et Jade Lindgaard. *Mouvements*, 57(1), 44-56. doi : [10.3917/mouv.057.0044](https://doi.org/10.3917/mouv.057.0044)

Tranmer, J. (2021). Independent labels in the 1980s: Between the underground and the mainstream. *Revue française de civilisation britannique*, XXVI(3). doi : [10.4000/rfcb.8297](https://doi.org/10.4000/rfcb.8297)

Annexe 2. Recensement des genres et sous-genres musicaux des tops albums décennaux du magazine *Pitchfork* par nombre d'occurrences

Années 1980 <i>(base 100)</i>		Années 1990 <i>(base 100)</i>		Années 2000 <i>(base 200)</i>		Années 2010 <i>(base 200)</i>	
Punk	24	Alternative	21	Indie	63	Hip hop	35
<i>Post-punk</i>	17	<i>Alternative rock</i>	20	<i>Indie rock</i>	44	<i>Hip hop</i>	32
<i>Hardcore punk</i>	3	<i>Alternative dance</i>	1	<i>Indie folk</i>	11	<i>Experimental hip hop</i>	3
<i>Punk rock</i>	3			<i>Indie pop</i>	8		
<i>Folk punk</i>	1						
				Electro	31	Indie	26
Alternative	19	Indie	19	<i>Electronic</i>	24	<i>Indie rock</i>	17
<i>Alternative rock</i>	19	<i>Indie rock</i>	18	<i>Electropop</i>	7	<i>Indie folk</i>	5
		<i>Indie pop</i>	1				
				Hip hop	28	Art pop/rock	21
Hip hop	8	Hip hop	19			<i>Art pop</i>	19
				Pop	20	<i>Art rock</i>	3
New Wave	7	Electronic	8	<i>Indie pop</i>			
				<i>Electropop</i>			
Rock	4	Post-rock	5	<i>Dream pop</i>		R&B	17
				<i>Pop</i>			
+ <i>dream pop</i> (2),		+ <i>trip hop</i> (4),		<i>Art pop</i>		Electro	11
<i>pop rock</i> (2),		<i>folk</i> (3),		<i>Chamber pop</i>			
<i>synthpop</i> (1),		<i>noise rock</i> (3),				Singer-songwriter	11
<i>jangle pop</i> (1),		<i>shoegaze</i> (2),					
<i>psychedelic pop</i> (2),		<i>grunge</i> (2),		Experimental	16	Alternative	9
<i>electronic</i> (2),		<i>art pop</i> (2),				<i>Alternative r&b</i>	8
<i>shoegaze</i> (1),		<i>post-hardcore</i> (2),		Alternative	14	<i>Alternative rock</i>	1
<i>art rock</i> (2),		<i>ambient</i> (2),		<i>Alternative rock</i>	13		
<i>etc.</i>		<i>experimental</i> (1),		<i>Alternative dance</i>	1		
		<i>etc.</i>					
				+ <i>ambient</i> (5),		+ <i>ambient</i> (7),	
				<i>dance</i> (4),		<i>country</i> (5),	
				<i>folk</i> (4)		<i>soul</i> (5),	
				<i>garage rock</i> (3),		<i>psychedelic pop</i> (3),	
				<i>post-rock</i> (3),		<i>post-punk</i> (2),	
				<i>rock</i> (3),		<i>idm</i> (2),	
				<i>noise rock</i> (3),		<i>rap trap</i> (2),	
				<i>minimal</i> (2),		<i>lo fi</i> (2),	
				<i>post-punk</i> (1),		<i>hardcore punk</i> (2),	
				<i>post-hardcore</i> (1),		<i>etc.</i>	

Annexe 3. Justification de la périodisation historique par les événements majeurs

Année	Événements clés	Exemples d'extraits de verbatim
1977	<p>Sortie de l'EP <i>Spiral Scratch</i> des Buzzcocks, premier disque autoproduit</p> <p>Apogée du punk et naissance du post-punk</p> <p>Richard Scott arrive chez Rough Trade</p>	<p>L'EP <i>Spiral Scratch</i> s'est vendu à 16 000 exemplaires et a atteint le top 40 – il n'y a pas eu de problème avec les prêts. Mais surtout, il a prouvé qu'il était possible pour les artistes d'avoir un contrôle total sur leur musique, de la production à la distribution, et d'inventer ainsi l'<i>indie</i>. (<i>The Guardian</i>, 12 janvier 2017)</p>
1991	<p>Sortie de l'album <i>Nevermind</i> de Nirvana le 24 septembre qui rencontre un succès international.</p> <p>Cessation d'activité et liquidation du label Rough Trade</p> <p>Création du festival La Route du Rock et du magazine <i>Magic</i> en France</p> <p>Première mention du terme « indépendant » associé à la musique dans le journal <i>Le Monde</i></p>	<p>Le coup le plus dur pour le monde des indés a été porté en mai dernier, lorsque la maison de disques Rough Trade, un des principaux distributeurs de labels indépendants en Amérique et en Grande-Bretagne, a déposé son bilan. (<i>The New York Times</i>, 27 octobre 1991)</p> <p>Les conversations ont changé après 1991. Avant les gens parlaient d'idées et de musique. Mais après on ne parlait plus que d'argent et de contrats. (Guy Picciotto, musicien et membre du groupe américain Fugazi, dans <i>Azerrad</i>, 2002, p. 495)</p> <p>C'est là, au vu et au su de l'Amérique mainstream, que le groupe [Nirvana] a vendu plus que U2 et Michael Jackson ; les inconnus dont l'album « Nevermind » (DGC) a été classé dans le top 10 des sondages des critiques musicaux ; les inadaptés qui, apparemment du jour au lendemain, sont devenus l'un des groupes les plus populaires en Amérique. (<i>The New York Times</i>, 26 janvier 1992)</p>

2001	<p><i>Revival Indie</i> : éclosion de la nouvelle scène indépendante new-yorkaise portée par des groupes comme The Strokes, Interpol ; et le retour du rock indé à guitare au Royaume-Uni représenté par The Libertines.</p> <p>Pic de popularité du magazine <i>Pitchfork</i> et du site de téléchargement Napster</p>	<p>Pour moi personnellement, 2002 c'était la fin d'une ère (Sylvia Patterson, <i>NME</i>, 27 novembre 2017)</p>
<hr/>		
2011	<p>Fin du <i>revival indie</i></p> <p>Création du premier <i>Independent Label Market</i> à Londres</p> <p>Arcade Fire remporte un Grammy Award</p> <p>Rachat de Napster</p>	<p>« le dernier souffle du rock indé » (<i>Slate</i>, 17 janvier 2012).</p> <p>« la mort lente et douloureuse de l'<i>indie rock</i> » (<i>The Guardian</i>, 16 janvier 2012)</p> <p>Sur les cinq albums de la liste de <i>Pitchfork</i> qui se sont vendus à plus de 100 000 exemplaires aux États-Unis en 2011, seuls deux (Bon Iver et Fleet Foxes) sont des artistes indépendants. (<i>The Guardian</i>, 16 janvier 2012)</p> <p>« Le contexte de la transition de l'<i>indie</i> vers le mainstream s'est établi sur l'effondrement de l'industrie au cours des années 2000, stimulé par une transition désastreuse vers le numérique. Au début de la nouvelle décennie, cet effondrement avait commencé à ressembler à une chute libre et, en 2011, les ventes étaient si faibles que les albums battaient régulièrement des records pour atteindre le sommet des <i>charts</i> avec le plus petit nombre d'unités vendues. [...] En 2011, Arcade Fire a remporté un Grammy pour l'album de l'année » (<i>Pitchfork</i>, 27 octobre 2019)</p>
