

Regards

34 | 2025

Musiques au Proche-Orient après le tournant numérique

Le stade Rotana de la pop arabe

Pierre France

Edition électronique

URL : <https://journals.usj.edu.lb/Regards/article/view/1523>

DOI : <https://doi.org/10.59383/Regards.voRegards.v034.1523Regards.vo>

ISSN : 2791-285X

Editeur

Editions de l'USJ, Université Saint-Joseph de Beyrouth

Référence électronique

FRANCE, P. (2025). Le stade Rotana de la pop arabe. *Regards*, (34), 85-112.

LE STADE ROTANA DE LA POP ARABE

Pierre France

Aix-Marseille Université

Résumé | Le groupe Rotana, propriété du prince saoudien Walid Ben Talal, est un acteur central et ambigu de l'industrie musicale arabe depuis les années 1980 dont l'histoire est fragmentaire. Plus qu'un simple label dont on pourrait établir un son et une esthétique, c'est un groupe audiovisuel inséré dans une vaste holding liée aux formes de capitalisme dans le golfe. Rotana est un acteur qui va durablement ancrer le fonctionnement de la musique dans une ouverture (ou une dépendance, dans une perspective plus critique) à d'autres secteurs économiques et impacter d'autant les formes de carrières des artistes (repensées sous forme d'achat/vente et de véritables mercato) comme de production des titres. Créé en 1987 dans une petite économie de la cassette, avant d'être racheté par un Prince médiatique et ambitieux qui en fera un acteur régional de poids dans une économie du vidéoclip, Rotana représente un « stade » (pour reprendre le terme de Mike Davis) de la production de musique pop mainstream. Cet article s'efforce d'en déterminer les lignes de forces, en adoptant notamment une perspective relationnelle tirée de la sociologie de Pierre Bourdieu et en montrant combien Rotana est un modèle en soi - de monopole à franges, financiarisé et subsidiarisé. Il s'agit aussi de comprendre le mystère de la pérennité de cet acteur, et comment ce modèle semble perdurer jusqu'à maintenant, combien il a même eu un effet socialisateur sur les artistes, et finalement à quel titre Rotana, malgré toutes les critiques dont il fait l'objet, reste encore à ce point incontournable même à l'ère du streaming.

Mots clés | Rotana, Pop Arabe, Mainstream, Golfe, Magnat de la Presse

Abstract | Rotana, owned by Saudi prince Al-Waleed bin Talal, has been a central and ambiguous player in the Arab music industry since the 1980s, yet its history remains fragmentary and elusive. More than a simple record label with a defined sound and aesthetic, it stands as an audiovisual group embedded within a large holding company linked to Gulf-style capitalism. Rotana has established a lasting model where music operates in close connection — or dependency, from a more critical perspective — with other economic sectors, shaping both artists' career paths (conceived as buy/sell transactions and transfer markets) and how songs are produced. Founded in 1987 as part of a small cassette-based economy, then acquired by a media-savvy and ambitious prince who turned it into a major regional force in the videoclip era, Rotana represents a “stage” (borrowing Mike Davis's term) in the production of mainstream pop music. This article aims to identify its main structural dynamics, adopting a relational perspective inspired by Pierre Bourdieu's sociology, and shows how Rotana embodies a specific model: a monopoly with fringes, financialized and subordinated (to other economic sectors). It also seeks to understand the mystery of this actor's longevity, how its model persists today, how it has socialized artists, and ultimately why Rotana remains so essential even in the streaming era despite constant criticism.

Keyword | Rotana, Arabic Pop, Mainstream, Gulf, Media Mogul

« Plus de 100 artistes signés », une audience de « 500 millions de foyer arabophones à travers le monde », « 80% des films du monde arabe » : plus que par un son distinctif, le label et groupe audiovisuel Rotana se présente de lui-même en 2019¹ par une approche de domination et de *monopole* d'un marché, lointaine et sèchement présentée sous un vocabulaire économique d'un grand groupe, loin de celui des labels de musique qui valorisent ordinairement un son ou un esprit donné.

Rotana, propriété d'un Prince saoudien médiatique, presque star parmi ses stars, Walid Ben Talal², est un label initialement créé en 1987 mais surtout associé aux années 2000 depuis, un nom connu à travers tout le monde arabe, aussi bien par le public que par les professionnels du monde de la musique. Il est aussi paradoxalement une figure lointaine, tant les informations manquent à son propos : interrogé sur une figure de cette entreprise pendant un entretien, avec ma propre illusion que les deux se connaissaient nécessairement, un acteur présent dans le milieu depuis plus de 25 ans va d'un coup inverser le sens de l'entretien et le flux d'informations en me demandant « alors il est comment ? Tu l'as rencontré ? ».³ Rotana est en effet souvent connu par avocats et contentieux interposés, ou bien par des rencontres cérémoniales (signatures médiatiques de contrats avec des artistes, et de manière plus rare rencontre au sommet avec le Prince), mais reste un mystère pour beaucoup d'acteurs. Ce mystère est souvent levé par une perspective ultra critique, avec l'accusation de monopole à l'encontre de Rotana, ou bien des considérations sur la production (clips, paroles, musiques) qui tendent à en faire le responsable d'une baisse de qualité générale dans la production musicale de la région et d'une dynamique de déclin.

Prenant plutôt ces discours comme une matière à interroger que des constats nécessairement vrais, cet article se propose d'interroger Rotana avec une perspective socio-économique, et notamment cet apparent monopole – cette « *structure de marché dans laquelle il existe un seul vendeur d'un produit* »⁴ – à la fois revendiqué par Rotana et conspué par ses critiques. A travers des concepts de l'économie de la culture, il s'agira de montrer combien il s'apparente plutôt à un monopole à *franges*,⁵ financiarisé, régionalisé et surtout subsidiarisé (en ceci qu'il tend à rendre l'activité dans le domaine musical dépendante d'autres secteurs d'activités voire parfois indissociable de ces derniers). Plus encore, il s'agit de situer Rotana dans un écosystème, comme un objet de recherche indissociable de ses effets sur son milieu et de ses liens avec d'autres acteurs. A ce titre, Rotana offre un prisme par lequel revisiter plus globalement l'histoire récente des logiques de production de la musique pop arabe mainstream, de sa sociologie et de son économie.

1- Rotana, Plaquette de présentation, 2019

2- Né en 1955, il est le petit fils du fondateur de l'Arabie Saoudite, Ibn Saoud, et de l'homme d'État libanais Riyad al Solh.

3- Entretien 1, Producteur et Top Executive, 2020.

4- Monopole, *Dictionnaire de droit de la concurrence*, Concurrences.com

5- REYNAUD Bénédicte, « La dynamique d'un oligopole avec frange : Le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, vol. 22, no 1, 1982, p. 61-71.

Cet article se situe à l'intersection de plusieurs littératures sur les musiques du monde arabe ; de la culture pop dans le golfe et dans le monde arabe⁶ et des travaux sociologiques sur le golfe ; des groupes médiatiques et media moguls⁷ dans le monde arabe - acteurs dont les revers, replis mais aussi formes de maintien parfois curieuses n'ont pas été beaucoup abordées depuis l'abondante littérature des années 2000 sur leur avènement, tandis que la littérature aborde surtout désormais le streaming⁸ et l'entrée supposée dans une nouvelle ère. Mais il s'appuie aussi sur une comparaison constante avec d'autres industries culturelles régionales, notamment un oligopole industriel comme la K-Pop coréenne ou la situation de l'industrie musicale en Europe et Amérique du Nord. Enfin il tente de réinsérer cette dimension économique au sein d'une réflexion sociologique bourdieusienne⁹ sur l'économie symbolique de la culture, particulièrement sur les jeux de frontières, d'autonomie et hétéronomie, entre (quasi ou sous) champs¹⁰. Si la littérature dans la région a abordé de longue date les rapports entre musique et religion ou musique et politique, c'est le lien entre musique et économie (et particulièrement certains secteurs économiques comme la publicité, le luxe, l'hôtellerie ou l'immobilier) qui nous intéressera ici, notamment sous l'angle de l'importation de représentations, pratiques, et discours variés (spécifiques à certains secteurs plutôt qu'« économiques » en général) et de la consolidation de ces liens au fil du temps.

Le terrain de cet article a été commencé en 2018, initialement avec l'idée de suivre l'imminente chute d'un label historique (telle qu'elle était à l'époque annoncée par certains acteurs de ce milieu), et à partir d'un projet plus vaste desociologie historique de la production de X pop arabe depuis les années 1980. Ce projet a impliqué depuis 2015 des campagnes d'entretiens successives avec le personnel de renfort et les intermédiaires que sont les (ex) disquaires, producteurs de disques, cassettes et spectacles, réalisateurs de clips, avocats et juristes, ingénieurs du son, et pour la période plus récente experts du streaming et de la data. Il s'appuie également sur l'observation de salons professionnels (expo) dans plusieurs pays, l'établissement d'une base biographique réalisée à partir de LinkedIn, et enfin un travail sur la presse et les sources en ligne.

6- LAGRANGE Frédéric, CHAVENEAU Clio, « Culture pop dans la péninsule arabique : expressions sociétales, enjeux commerciaux et cooptations étatiques », *Arabian Humanities*, no 14, 2020; LAGRANGE Frédéric, JACQUEMOND Richard (dir.), *Culture pop en Égypte – Entre mainstream commercial et contestation*, Paris, Riveneuve, 2020.

7- SAKR Naomi, SKOVGAARD-PETERSEN Jakob, RATTI Donatella Della, *Arab Media Moguls*, London, I.B. Tauris, 2015.

8- SPRENGEL Darci, « Imperial lag: some spatial-temporal politics of music streaming's global expansion », *Communication, Culture and Critique*, vol. 16, no 4, 2023, p. 243–249.

9- PACOURET Jérôme, HAUCHECORNE Mathieu, « Autonomies des arts et de la culture. Les biens symboliques face à l'État et au marché », *Biens Symboliques / Symbolic Goods*, no 4, 2019; SAPIRO Gisèle, PACOURET Jérôme, PICAUD Myrtille, « Transformations des champs de production culturelle à l'ère de la mondialisation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, nos 206–207, 2015, p. 4–13.

10- La discussion théorique sur l'usage, l'utilité et les limites de la notion de champ dans cette aire géographique reste largement à faire, particulièrement dans le domaine culturel : l'hétéronomie du secteur décrit dans cet article incite justement à la prudence, dans une situation où le monde social le plus apparenté à un champ est potentiellement bien plus celui de grands groupes audiovisuels que de la musique.

Malgré plusieurs tentatives, cette enquête n'a pu être menée que très marginalement avec des salariés (anciens ou présents) de Rotana, et il découle d'une vision critique et externaliste de son fonctionnement dont on s'est efforcé d'extraire et généraliser des dynamiques en termes de sociologie relationnelle plutôt que de seulement EN reprendre le ton polémique. Les tentatives d'aller physiquement jusqu'aux bureaux à Riyad et Dubaï, si elles ont pu donner un aperçu des locaux inchangés depuis le milieu des années 2000, ont été aussi infructueuses que l'un des seuls entretiens obtenus avec un cadre historique de Rotana, interrompu par une coupure d'électricité à Beyrouth qu'il a utilisé pour déclarer l'entretien (commencé 20 mn plus tôt) terminé, sans jamais répondre à nouveau ensuite. La période n'est plus, comme dans les décennies précédentes, à des invitations fastueuses à rencontrer le Prince et approcher sa holding¹¹. Mais la mention systématique du nom de ce label appartenait à une grille d'entretiens utilisée avec tous les acteurs rencontrés, et j'ai exploité pour cet article une vingtaine de réponses – en m'efforçant à la fois de les anonymiser le plus possible, mais aussi de contrôler des tendances au culturalisme et aux histoires exemplaires pas forcément vécues par l'interlocuteur (surtout venant de Libanais et d'Égyptiens pour certains prompts à partager des clichés sur les Saoudiens) comme à un discours volontiers rétrograde sur les femmes et les violences sexistes et sexuelles.

Cet article repose dès lors sur ces entretiens, quelques documents destinés aux investisseurs, sur un travail sur le réseau LinkedIn pour suivre des carrières dans et autour de Rotana, sur l'établissement d'une base de données des sorties Rotana à partir du site discogs, et enfin sur une exploitation très large de sources de presse. En l'absence dans les années Rotana de bulletins professionnels comme Billboard, ou même de journalisme musical arabe, le groupe apparaît surtout dans la presse économique et financière arabe (Arabian Business, le Commerce du Levant, Gulf News), internationale (Forbes, Financial Times); la presse arabe généraliste (L'Orient-le Jour, As Safir, Al Akhbar, Al Charq al Awsat, Al Araby, Al Modon) comme saoudienne et du golfe (Al Jazira, Al Riyad, Al Rai, Elaph) souvent avec une approche de type tabloïd (écriture par scandales et affaires d'argent privilégiée sur la musique et qui nécessite une prudence d'analyse).

L'article aborde l'histoire de Rotana à la fois de manière chronologique, depuis sa création floue en 1987 jusqu'à ses réinventions et crises successives, y compris récemment à l'ère du streaming, mais aussi de manière plus systématique afin de décrire un « stade »¹² « Rotana » derrière le nom propre : c'est-à-dire la mise en place d'un certain état des relations entre tous les acteurs du monde de la musique avec et par rapport à Rotana mais aussi plus largement entre-eux. Ce faisant il s'agira aussi de montrer combien Rotana en devient le nom propre et le mot-valise pour lister les maux d'un secteur.¹³

11- MARTEL Frédéric, *Mainstream : Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Paris, Flammarion, 2011.

12- DAVIS Mike, *Le Stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2007.

13- Je remercie les coordinateurs du numéro et les évaluateurs anonymes pour leur patience et leurs commentaires précieux.

87-95 : économie de la cassette et style « khaleeji » naissant.

Très peu d'informations existent sur Rotana avant l'ère du Prince Walid Ben Talal, à part un nom, celui de la famille Nagro, encore active à ce jour dans le domaine du cinéma à travers la compagnie familiale N-Films – parmi eux Mohammed a fondé Rotana, et Nezar y est toujours associé dans les années 2020. Mais en l'absence de chiffres de vente, catalogue, articles de journaux ou présence dans les *business directory* (peu intéressés à ce type de petite économie négligeable par rapport aux enjeux colossaux du golfe), le début de ce label est surtout à ramener à une situation structurelle : un essor des labels au niveau régional, lié à une économie de la cassette¹⁴. Parmi les plus importants citons au Liban, Relax-In ; en Égypte, Sonar, Sawt al Delta, Mahrous Records, Mogiphone ; au Koweït, Dan Doon ; et en Arabie-Saoudite outre Rotana, Forasan (créé par le banquier de la famille royale Khalid Ben Mahfouz), Funoun al Jazeera (créé par le prince Khalid Ben Fahid en 1985) ou Stallion Records (Al Khouyoul). De nouveaux labels qui font suite à quelques labels historiques, à travers le chanteur Lotfi Zeini et son label Riyadophone (1964),¹⁵ avec le chanteur Talal Maddah, ou le chanteur Mohamed Abdo avec Sawt al Jazira (1970). Premier saoudien à jouer en Europe dès 1977, Abdo ne se présente toutefois pas à l'époque comme chanteur du golfe mais *arabe*, revendiquant son passage par l'Égypte et sa proximité avec ses grands noms¹⁶ : c'est une génération plus tard que l'idée d'une musique du Golfe émergera.

L'essor de Rotana est contemporain d'un déplacement géographique des années 1980, depuis une situation antérieure où se disputaient jusque-là surtout trois pays et les rares premières entreprises non-gouvernementales-clés comme Bou Zaid Phone ou Al Nadha'ir au Koweït, Alam el Phan en Égypte, Voix de l'Orient ou Voice of Beirut au Liban. Dans les années 1980, la « croissance importée » de l'Arabie Saoudite – 85 % de la consommation dans le pays¹⁷ – avec sa nouvelle classe moyenne urbanisée capable d'acheter le matériel d'écoute¹⁸ crée une nouvelle situation qui bénéficie autant à la pop arabe qu'occidentale (dont un autre label, Stallion Records, est le principal importateur et tient une boutique repère de la Jeddah des années 1990¹⁹). En rupture avec l'époque d'un Lotfi

14- FRISHKOPF Michael (dir.), *Music and Media in the Arab World*, 1st edition, Cairo & New York, The American University in Cairo Press, 2010; SIMON Andrew, *Media of the Masses: Cassette Culture in Modern Egypt*, Stanford, California, Stanford University Press, 2022.

15- La Libye semble avoir aussi eu des labels à l'histoire lacunaire mais dont l'influence se mesure à la circulation ultérieure de certains, comme Nasser el-Mizdawi ou surtout Hamid al Shaeri, tous les deux en direction de l'Égypte.

16- The Audiopia, « Mohammed Abdou, Arab's Singer – Saudi », Blogspot [online], 2012. Available at: <http://theaudiopia.blogspot.com/2012/06/mohammed-abdou-arabs-singer-saudi.html> (Accessed July 10, 2025).

17- MENORET Pascal, *L'énigme saoudienne. Les Saoudiens et le monde, 1744-2003*, Paris, La Découverte, 2003, p. 142.

18- RUGH William, « Emergence of a New Middle Class in Saudi Arabia », *Middle East Journal*, vol. 27, no 1, 1973, p. 7–20; SHECHTER Relli, « Consumers' Monarchy: Citizenship, Consumption, and Material-Politics in Saudi Arabia Since the 1970s », in PINK Johanna (dir.), *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption*, Cambridge, Cambridge Scholars Publishing, 2009, p. 85–100.

19- WYNN Lisa, « The Romance of Tahliya Street Youth Culture, Commodities and the Use of Public Space in Jiddah », *Middle East Report*, no 204, 1997, p. 30–31.

Zeini (à la fois fondateur d'un label, poète, et journaliste), Rotana ou Stallion sont le fait d'une nouvelle génération de petits entrepreneurs en import-export, rarement artistes eux-mêmes. Vendeur de cassettes, Rotana assure ainsi la distribution d'Al Mazdawiya, le groupe du libyano-égyptien Hamid al Chaeri (1989) et de la chanteuse marocaine Samira Saïd (1987),²⁰ sans être un label de musique saoudienne.

Plus qu'un label national, cette entreprise d'import-export va avoir une dimension régionale, au moment où une nouvelle musique, consommée localement pour l'essentiel, apparaît ; le pendant musical des rapprochements politiques régionaux du jeune GCC (Gulf Cooperation Council) et d'un « capital khaleeji »²¹ en plein essor. Dans ses premières années, Rotana rassemble Abdel Mejjid Abdallah (Saoudien), Ali Abdel Satar (Qatari) ou Khaled Cheikh (Bahreïni), et accompagne la circulation du style « khaleeji »,²² toutefois sans vraiment l'initier en l'absence de studio dédié contrairement à Al Nadha'ir au Koweït, Farassan et Funoon al Emirat aux Emirats, des lieux qui vont véritablement en définir un contenu musical (notamment un instrumentarium changeant avec piano, guitare et travail du son).

95-02 : Un label comme un autre ?

Le label garde un certain rythme de publications jusqu'en 1995, une trentaine de références par an, et reste un acteur de la musique du golfe, sans initier aucun des nombreux bouleversements en cours dans la production musicale régionale. Parmi eux il faut compter la multiplication de jeunes chanteuses, surtout libanaises et égyptiennes, dont le statut de star et de top model devient aussi important que celui d'artiste. *Studio al-Fann* (créé en 1972), émission de télé-crochet au Liban lancée par Simon Asmar, va servir de tremplin pour nombre de ces nouveaux artistes d'une génération du vidéo-clip appelés à signer plus tard avec Rotana (au point que même l'ancienne génération essaie aussi de se convertir à la tendance, en témoigne la sortie en 1983, d'une cassette vidéo de la Chanteuse Etab, « Etab Show »).

Parallèlement, la morphologie globale de l'offre des artistes arabes et de leur production musicale évolue via la disparition des groupes (Hamid al Shaeri officie désormais en son nom propre, les Four Cats ou Miami seront seuls représentant du genre jusque dans les années 2000) ; l'essor du clavier (central pour composer,

20- Sur une cinquantaine de références, malheureusement lacunaires : un album de 1989 porte ainsi le numéro 56.

21- HANIEH Adam, *Capitalism and Class in the Gulf Arab States*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2015.

22- L'histoire du style reste encore largement à faire. L'artiste Koweïtienne Rabab est présentée comme « Mutriba al Khalij » en 1988, « musique khaleeji » est utilisée en 1992 pour une compilation sur Relax-In, mais la mode de chanter des titres en khaleeji pour des artistes égyptiens ou libanais existait au préalable. La création de cette catégorie est par ailleurs autant construite par ces nouveaux labels et ces nouveaux sons que par l'établissement d'une frontière entre cette nouvelle époque et une autre, identifiée comme « traditionnelle » et objet d'un effort nouveau de patrimonialisation. (BOULOS Issa, DANIELSON Virginia, RASMUSSEN Anne K., *Music in Arabia: Perspectives on Heritage, Mobility, and Nation*, Bloomington, Indiana University Press, 2021.)

arranger, ou pour les performances live)²³; et enfin l'émergence d'une nouvelle figure du producteur dont Hamid el Shaeri, Tarek Madkour ou Tarek Akef sont les principaux représentants (et avec lui de l'essor de nombreux studios distincts des labels, qui recompose à ce titre les processus de production des titres).

Toujours limité à une activité régionale, Rotana n'initie pas non plus les tentatives d'exportation et l'émergence d'un pan arabe de la « world music » particulièrement incarné par la carrière d'Amr Diab, et dont le son va être repris ensuite très souvent dans les productions Rotana des années 2000. Le tube mondial *Nour al ein* sorti en 1996, produit par Hamid el Shaeri, sera distribué par Alam el Phan et EMI Arabia, après une première tentative de faire sortir Amr Diab du marché arabe en 1990 (*Mayall-Mayall*, titre sorti sur un label allemand et signe de l'intérêt d'une élite omnivore à cette époque pour les musiques arabes).²⁴

Lorsqu'il s'intéresse à Rotana, le Prince WBT se connecte ainsi à un marché visiblement changeant, déjà travaillé par un esprit entrepreneurial, mais qu'il va pousser dans une autre dimension. Inaugurant un nouveau rapport à l'art pour les élites saoudiennes, il ne se pique plus d'être poète ou mécène de la grande musique arabe comme ses aînés, mais investit dans ce secteur de l'entertainment et de l'audiovisuel en prolongeant son activité principale de business international. Le pourquoi de Rotana parmi d'autres possibilités reste encore aujourd'hui mystérieux. Pour certains acteurs rencontrés, le hasard des rencontres et presque un coup de poker du fondateur auraient primé : « [le fondateur] a dit au Prince, « il vous manque une entreprise artistique dans toutes vos affaires » et il a réussi un truc...à lui vendre sa boîte tout en restant dedans ! »²⁵. Le portefeuille du Prince en matière d'entertainment est par ailleurs diversifié, et Rotana n'est qu'un élément parmi d'autres, en témoigne par exemple son projet en 1996 avec Michael Jackson, « Kingdom Entertainment », objet d'un lancement médiatique mondial mais sans grand succès par la suite.²⁶

02-08 : Les années Rotana

Option dans un portefeuille, la prise de contrôle de l'entreprise n'est pas un rachat direct, le fondateur en gardera des parts, et il faudra trois phases jusqu'en 2002 pour qu'elle devienne plus complète. Cette année-là, quelques mois avant de rencontrer sur son yacht quatre des « key players » du monde de la musique

23- RASMUSSEN Anne K., « Theory and Practice at the 'Arabic org': Digital Technology in Contemporary Arab Music Performance », *Popular Music*, vol. 15, no 3, 1996, p. 345-365.

24- Une compilation « Yalla - Hitlist Egypt » compilée par deux anglais était sortie en Angleterre la même année, tandis qu'un autre égyptien, Mohammed Mounir, sortait un album en Allemagne. L'exact équivalent existe aussi pour le versant Maghreb, avec *N'Sel Fik* de Chaba Fadela & Cheb Sahraoui sur un label londonien en 1989, ou bien *Soleil Soleil* d'Ahmad Fakroun en France sur Celluloid, en 1983, label de Jean-François Bizot, fondateur de la revue *Actuel* et de *Radio Nova*. La récente compilation *La France Chébran* (2018) atteste de cette période oubliée dans les années 1980 où la musique arabe s'avère très présente en France, et mixée parfois à la chanson française, ce qui laisse deviner à quel point en retour sa périodique « redécouverte » de décennies en décennies est avant tout un ressort marketing – mais c'est une autre question.

25- Le prince ne faisant au départ qu'acheter des parts. Entretien 2, *Producteur et Top Executive*, 2018

26- REUTERS, 20 Mars 1996.

pour en « réimaginer » le fonctionnement, comme le décrit sa biographie²⁷, sans expliciter pourtant le plan, le Prince annonce les nouvelles ambitions de Rotana avec un autre symbole luxueux : tout à sa capacité à connecter les dossiers, il adosse l'inauguration de son nouvel hôtel de luxe, le Four Seasons, à l'invitation sans précédent de 88 artistes du monde arabe à Charm el Cheikh (Égypte). Une cérémonie inhabituelle où devant lui, seul sur scène, les artistes se succèdent de manière scolaire, lui rendant hommage après avoir été amenés en jets privés puis en bus à l'hôtel, offrant le spectacle étrange de superstars emmenées par grappes. Le prince livre alors un de ses rares discours et l'on ne l'entendra plus ensuite jusqu'en 2009.

Ce « sommet des stars » offre un repère à peu près stable sur les artistes de Rotana et l'axe majeur autour duquel le label se développe (au-delà de l'annonce régulière et ostensible d'un nombre situé entre 30 et 300 suivant les articles et les époques). En plein essor depuis 1995, la « famille Rotana » (terme souvent employé dans les interviews) s'avère très imparfaitement pan-arabe. Même si le Prince discourt alors sur des artistes sur le point de rejoindre l'écurie et agite l'idée d'un catalogue quasi complet, la liste de ces 88 artistes montre un centre de gravité entre Liban (18 artistes et un groupe), Koweït (10 artistes et deux groupes) et Emirats (11). Suit un autre groupe plus restreint - Syrie, Égypte, Bahrein (5 chacun) -, puis un troisième avec Irak (3), Qatar (2), Tunisie et Maroc (2), Oman et Yémen (1).

L'Arabie Saoudite ne compte que 9 artistes : Rotana ne signera que tardivement des stars saoudiennes comme Mohammed Abdo (2005), et en partie seulement, puisque celui-ci refuse le contrat « tanāzul » avec cession totale des droits et gestion intégrale de sa carrière. Le label est ainsi loin d'avoir favorisé une exportation nationaliste, et Salim al Hindy, directeur historique, devra ainsi répondre d'une vague de mécontentement des artistes saoudiens envers Rotana²⁸ quelques années plus tard à ce titre.

Si le nombre d'artistes va aller en s'accroissant dans les années suivantes, jusqu'à atteindre les 120-150, l'ancrage géographique de l'activité de Rotana perdure le long de cet axe Liban en reconstruction post-guerre – Dubaï en plein boom. Le Koweït perd de son importance au fil des années, tandis que l'Égypte, acteur clé de la nouvelle pop arabe à partir des années 1980,²⁹ doté d'une infrastructure musicale et médiatique en propre (le groupe Nilesat fait partie de la vague des paraboles) résiste : tout au long des années 2000, le bras de fer permanent de l'entreprise saoudienne avec des producteurs égyptiens s'étale dans les journaux que ce soit à travers des affaires de rachats de catalogues (à la tentative de rachat de catalogues historiques égyptiens par Rotana répondra par exemple le rachat du label saoudien Forasan en 2002 par le groupe égyptien Mazzika), ou bien des signatures compliquées d'artistes égyptiens. Même si Rotana signe en

27- KHAN Riz, *Alwaleed: Businessman, Billionaire, Prince*, New York, William Morrow, 2005.

28- La critique est aussi adressée en réalité à lui, Koweïtien d'origine, et soupçonné d'avoir favorisé des artistes de ce pays, dans un moment où sa position au sein de Rotana est sur la sellette. *Al Riyad*, 9 octobre 2011.

29- *Akhbar*, 19 juillet 2017.

2005 les artistes Angham et enfin Amr Diab, ces collaborations s'avéreront ainsi très conflictuelles. Enfin, cette domination limitée ne touche pas le Maghreb, malgré les rumeurs de vouloir signer des artistes comme Cheb Khaled, et le fait que ses chaînes satellites comme ses concerts touchent aussi à cette région : l'Algérie est absente du sommet et le restera, tout comme la Libye et la Jordanie, tandis que l'Irak, bientôt pris dans une longue guerre, restera à part.³⁰

Un nouveau contrat

Publicité, télévision, partenariats, concerts : Rotana se présente comme un nouveau modèle intégré pour les artistes, dit « 360 ». Un modèle audiovisuel entre chaînes satellite et label, de manière à fournir du contenu. D'abord à ART (Arab Radio and Television Network), la chaîne satellite (d'un autre homme d'affaires saoudien, Saleh Kamel), avec laquelle Rotana conclut initialement un partenariat, ensuite sur ses propres chaînes à partir de 2007. Structurellement, Rotana produit, en fait de musique, surtout des clips et assure la disponibilité des artistes pour les émissions dans lesquelles « les stars invitées ne touchent pas de cachets, Rotana TV se contentant de couvrir leurs frais de déplacement »³¹. S'y adosse une économie de la publicité alors présentée comme en pleine expansion, et de nouvelles logiques d'engagement avec le téléspectateur (SMS pour voter ou être affiché sur un bandeau défilant à l'écran, business des *ringtones*, etc).³²

Rotana se présente comme une porte d'entrée pour les publicitaires, avec la promesse d'atteindre la jeunesse et les classes aisées du Golfe, et parallèlement un intermédiaire pour les artistes, chez lesquels il entretient et suscite une série d'espairs. À commencer par des salaires et événements réguliers, y compris pour le propre divertissement du Prince, avec des sommes d'argent dépassant tous les cachets ordinaires : « il y avait 100,000 dollars par an pour un album, et deux fois par an [...] pour le Prince. Tu montes par avion privé, *là-bas tu as ta suite, tu as une limousine* ».³³

Le second avantage concerne la production des clips (de loin l'élément le plus cher pour la promotion d'un artiste), Rotana en tant que groupe télévisuel a l'argent et le professionnalisme et garantit la diffusion et la publicité ; la troisième est celle d'une audience mondiale, avec le satellite comme avec la distribution des disques à l'étranger (via un accord avec le label EMI). X Khaled et Amr Diab X passent pour des modèles de carrière à suivre, dans une période où l'industrie est encore euphorique avant la crise du disque et les acteurs essaient de s'y raccrocher – Rotana présentera d'ailleurs à ce titre la particularité d'être un label vendant aussi bien cassettes que CDs, objet plutôt secondaire dans une région où la cassette prédomine largement et va laisser place très vite aux fichiers numériques. Enfin l'apparente organisation moderne tranche avec la majorité

30- Mais à ce titre l'Irak va redévelopper plus tard sa propre industrie locale de FAÇON autonome et d'une manière qui resterait à étudier.

31- *Le Commerce du Levant*, 1er février 2008.

32- GOPINATH Sumanth, *The Ringtone Dialectic: Economy and Cultural Form*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 2013.

33- Entretien 3, *Producteur et ingénieur du son*, 2022

des structures de la région, personnelles et familiales : *Relax In* pour Ahmad Moussa, *Alam el Phan* pour Mohsen Gaber, *TS Arts* pour Toros Siranossian, etc. Les artistes passaient jusque-là fréquemment de l'un à l'autre et non sans frictions : la libanaise Najwa Karam par exemple, avant Rotana en 1994, était déjà passée par trois labels (*Relax-In*, *CM*, *Baljoon*) pour chacun de ses albums, mais tout comme chaque artiste mobilise (encore aujourd'hui), quasiment pour chaque titre de chaque album, une équipe de compositeurs-arrangeurs-paroliers et un studio différent.

L'entreprise du Prince WBT est créditée d'un certain sérieux, et d'une dimension intégrée, rationnelle, légale et financiarisée moderne, que l'on retrouve ailleurs dans le golfe³⁴. Il apparaît comme la promesse d'un interlocuteur unique dans tous les aspects du métier, avec l'assurance de revenus réguliers, comme de contrats clairs et plus longs, sur plusieurs albums. Comme l'explique à l'époque le chanteur Ihab Tawfik : « Je n'ai pas signé un contrat avec Rotana pour l'argent, comme certains l'ont dit, j'ai signé avec confiance : cette grande entreprise va me fournir tout le nécessaire pour une meilleure production de mes chansons ».³⁵

Une financiarisation de la musique

Aux petits labels des années 1980-90 avec quelques stars et des tentatives régulières de lancement de nouvelles têtes s'ajoute ainsi un géant avec des dizaines de stars, qui les vide de leurs artistes plutôt qu'il ne les rachète – une différence majeure avec les labels occidentaux qui rachèteront moins les artistes que les labels (avec les professionnels qui y travaillent), et fait de Rotana un phénomène singulier comparé aux logiques de cartellisation³⁶ qui ont alors court dans l'industrie musicale mondiale (les majors se rachètent entre elles passant de 6 à 3 en une dizaine d'années). Rotana s'est assuré d'une capacité d'influence et de contrôle indirect du marché, bien plus économe et indirecte qu'un monopole formel – une démarche revendiquée par le Prince dans sa biographie.³⁷

Différente de la structure d'oligopole à franges,³⁸ fréquente dans l'industrie culturelle, autrement dit de quelques acteurs dominants qui écrasent le marché et induisent une division des tâches avec des acteurs plus petits, Rotana est un *monopole à franges, financiarisé et subsidiarisé*. Monopole en ceci qu'il est l'équivalent des grands labels occidentaux à lui tout seul, *subsidiarisé* tant il fonctionne avec une logique d'hétéronomisation d'un secteur, qu'il rend dépendant d'autres ; *financiarisé* enfin pour de multiples raisons que l'on va expliciter, mais d'emblée ne serait-ce qu'en comparaison des grands labels occidentaux – liés à des investisseurs dont ils doivent gérer les attentes et auxquels ils doivent articuler leur cœur de métier commercial – parce que Rotana

34- HANIEH Adam, *Capitalism and Class in the Gulf Arab States*, op. cit.

35- *Elaph*, 20 septembre 2004.

36- SINNREICH Aram, « Music cartels and the dematerialization of power », in BENNETT Andy, WAKSMAN Steve (dir.), *The SAGE Handbook of Popular Music*, Los Angeles, SAGE, 2015.

37- KHAN Riz, op. cit.

38- REYNAUD Bénédicte, « La dynamique d'un oligopole avec frange : Le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, vol. 22, no 1, 1982, p. 61-71.

est lui-même déjà une holding entièrement tournée vers cette logique plutôt que celle de production ou de commerce.³⁹

La plus-value pour la musique dans ce panorama est limitée. Rotana n'a rien d'un label au sens habituel dans le monde de la musique, et s'il se trouve associé à l'essor d'une certaine « world music » arabisée et d'une pop synthétique remixée avec des sons électroniques dans les souvenirs de la génération qui les a écoutées, il n'initie aucun style nouveau : les studios dans lesquels ces titres sont enregistrés restent les mêmes qu'avant, et Rotana délègue et contracte avec les producteurs, compositeurs et poètes du marché comme sous-traitants, sans chercher à créer des situations d'exclusivité comme pour les artistes. Plus encore, malgré la logique d'intégration verticale apparemment complète du groupe, jamais aucun studio « Rotana » ne sera dédié à la musique – le seul studio, lié au bureau de Dubaï dans la Media City de la ville et ouvert en 2005, sera plutôt audiovisuel. L'« académie de chant Rotana » parfois évoquée ne semble jamais avoir été une structure pérenne et sérieuse non plus.

Par comparaison avec le football, Rotana est l'équivalent d'un club qui achèterait la majorité des stars, aurait l'équipe la plus puissante, et laisserait quand même les autres clubs continuer à opérer avec ce handicap ; d'un club dont les finances ne dépendraient ni des victoires, ni de la vente de tickets, mais d'investissements extérieurs et de son rapport à d'autres secteurs d'activités. Le tout au point de presque rendre le jeu lui-même très occasionnel. À acheter des artistes plutôt que des labels, Rotana contribue surtout à la financiarisation de ce secteur d'activité, amplifiant une logique de *mercato* et de marchandisation des stars, ballottées d'un label à l'autre comme un joueur de football entre deux clubs.⁴⁰ Le label « achète » la superstar syrienne Georges Wassouf en 1997, ou Nawal el Zoghbi en 1999 au label libanais *Relax-in*, et tout comme dans le football les transferts font l'objet d'une dramaturgie particulière et d'enchères (Georges Wassouf sera ainsi amené à partir puis revenir en l'espace de deux semaines en 2003).⁴¹ Ce même angle des enchères et du marché sert aussi pour présenter le prix des artistes, pour des concerts toujours annoncés comme « exceptionnels », qui ne fonctionnent plus par tournées et dont les prix d'entrée varient souvent entre 150 et 1000 dollars par personne X. Mais ce sont les concerts privés qui constituent le véritable nerf de la guerre. Ceux-ci qui rapportent à l'artiste « de 50 000 dollars pour une apparition le soir de la Saint-Sylvestre à 150 000 dollars [pour un festival] », tandis que « pour les mariages, le tarif dépend du client et de la date »⁴². Des chiffres destinés à être affichés et à montrer la valeur des artistes dans une économie où faire savoir ces chiffres est une stratégie de publicité avant des négociations privées qui aboutissent à des « prix réels bien inférieurs ».⁴³

39- Un phénomène de « *business calculus shifting towards the maximisation of stock price and 'shareholder value', rather than simply the sale of commodities* », comme l'explique HANIEH, Adam. (HANIEH Adam, *Money, Markets, and Monarchies: The Gulf Cooperation Council and the Political Economy of the Contemporary Middle East*, Cambridge, Cambridge University Press, 2018, p. 175.)

40- SCHOTTE Manuel, « “Acheter” et “vendre” un joueur. L'institution du transfert dans le football professionnel », *Marché et organisations*, no 27-3, 2016, p. 149–165.

41- Elaph, 7 octobre 2003.

42- *Le Commerce du Levant*, 1er février 2008.

43- Entretien 4, *Producteur et Top Executive*, 2021

La logique de mercato est devenue depuis une manière courante de raconter la carrière des artistes : sur Discogs, la biographie de la chanteuse libanaise Nawal el Zoghbi est par exemple présentée à travers ses aller-retours entre plusieurs labels plutôt que ses albums. Si notamment Relax-In (Liban) et Music Box (Koweït) procédaient déjà à ce jeu de mercato, Rotana va amplifier le phénomène et surtout en faire un discours généralisé autour de valeurs qu'il fixe par ailleurs lui-même, ce jusqu'à imposer un nouveau type de valorisation des stars, non plus par vente d'albums, style et nationalité, mais par un ranking « A, B, C ». En l'absence de charts régionaux indépendants équivalents au *billboard*, ce ranking va régner à travers des justifications – souvent soupçonnées d'être fausses – tournant autour du « niveau de notoriété déterminé en fonction des ventes de disques et du nombre de SMS générés par la diffusion des clips sur les différentes chaînes du groupe [...] qui détermine les honoraires auxquels elles prétendent lorsqu'elles se produisent en concerts ou sont les invitées d'autres émissions de télévision »⁴⁴. Une nouvelle mission à ajouter à la panoplie d'institutions (souvent distinctes dans d'autres contextes) que Rotana incarne simultanément, cette fois comme une agence d'évaluation et de classification, rôle d'habitude dévolu à des journalistes ou des charts indépendants.

« Classe A » ou « B » est une reprise de qualificatifs boursiers classiques⁴⁵ – que l'industrie musicale n'utilise d'habitude pas, préférant des termes plus flous, et rarement utilisés en public, comme « top tier » (dans les pages de la revue professionnelle *Billboard* des années 2000) ou « worldclass artist ». En comparaison, à l'ère Rotana, ces listes sont publiques et l'argent explicitement invoqué, que ce soit via les scandales (achat d'awards, comme en 2006 avec la chanteuse Elissa)⁴⁶, le ranking des fortunes des artistes ou l'affichage du prix d'achat des concerts ou des chansons. En témoigne par exemple ce récit d'une négociation sur la mise en place d'un duo en 2009 : « j'ai reçu un appel demandant un duo à l'occasion de la naissance d'un enfant du Prince, entre Hussein Al Jasmi et Céline Dion. Je leur ai dit qu'elle pouvait être remplacée par Mariah Carey [...] nous n'avons pas pu obtenir Mariah Carey, [alors] un accord a été conclu avec Alicia Keys, qui demandait 750,000 dollars. Et lorsque [le Prince et sa femme] ont demandé que la chanson soit publiée dans le monde entier, elle a augmenté ses frais à 1,200,000 dollars. Puis ils ont demandé un duo avec Beyoncé. Et tout s'est arrêté lorsque Hussein Al Jasmi a demandé un million de dollars, en disant « pourquoi donnent-ils plus à un étranger ? »⁴⁷.

Subsidiarité du disque et de la musique

De cette équation, Rotana soustrait l'enjeu du piratage plus qu'il ne le résout : l'économie des albums devient très secondaire, au grand soulagement des acteurs d'abord, pour qui ce nouveau venu apparaît comme le sauveur du

44- *Le Commerce du Levant*, 1^{er} février 2008.

45- Entre des actions de type A et des actions de type B d'une même entreprise, dont les dividendes ne sont pas les mêmes.

46- *Al Araby*, 2 décembre 2016.

47- *Al Quds*, 26 août 2009.

secteur entier, alors largement abimé par le piratage bien avant l'essor d'internet tant le monde arabe fait face dès la fin des années 1980 à la piraterie liée aux cassettes – le piratage posant problème par rapport aux revenus, comme par rapport aux formes d'évaluation du succès et du nombre de ventes.

Si le label atteint une moyenne de « 13 nouveaux albums par mois », ⁴⁸ et que les chiffres du catalogue de Rotana semblent indiquer 150 nouvelles références par an entre 2006 et 2008 (rythme apparemment effréné et proche de celui d'une major européenne ou américaine qui interviennent sur des marchés pourtant bien plus larges), la logique est toutefois en trompe-l'œil, avec un enchevêtrement de nouvelles sorties, mais aussi de rééditions en masse d'albums d'artistes déjà connus et récemment signés, comme de diverses compilations (« Musicana ») et best-of. Alors qu'un Amr Diab sortait un à deux albums par an dans les années 1990, il se passe ainsi trois ans entre les deux premiers albums de la libanaise Haifa Wehbé entre 2002 et 2005. Petit à petit, l'album va cesser aussi d'être le mètre-étalon de la sortie (au profit du titre seul et du clip), accentuant d'autant ce basculement des manières d'évaluer le succès relatif de chaque artiste.

En fait de susciter plus de musique, même sous forme de dérivés comme des remix ou via de « nouveaux » medium comme le clip, Rotana va surtout susciter de nouvelles carrières hybrides, liées à d'autres secteurs au-delà de l'audiovisuel : publicité, mannequinat, mode, joaillerie, chirurgie esthétique, projets immobiliers dans lesquels les clips sont shootés, hôtels de luxe où jouent les artistes, deviennent dans l'ensemble des enjeux aussi importants qu'un album. Pour un Amr Diab qui signe en 2005 un contrat sur 3 ans pour 5 millions de dollars avec Rotana, ⁴⁹ la chanteuse Élissa annonce *annuellement* en 2008 pour la seule publicité « un pactole qui se situe entre 200 000 et 1,5 million » ⁵⁰, des contrats qui sont aussi synonymes d'autonomie, relative, dans la carrière de ces artistes. Autrement dit, en des termes plus sociologiques, l'économie des biens symboliques pour ces artistes ne se mesure plus que partiellement à la valorisation d'un seul succès musical, que ce soit via les concerts ou les ventes de disques.

Cette porosité entre les carrières est même régulièrement soupçonnée de franchir les frontières de la légalité en allant aussi du côté de la prostitution, accentuant cette impression que les artistes sont devenus eux-mêmes, et surtout dans ce cas précis *elles-mêmes*, un produit vendu sur différents marchés. La critique islamiste ⁵¹ comme la critique de gauche (dans la continuité de critiques plus larges sur la face cachée de Dubaï) ⁵² sont soupçonneuses des

48- Entretien 4, *Producteur et Top Executive*, 2021.

49- Un contrat cependant historique à l'échelle régionale, mais modeste à l'échelle mondiale : la même année, Bruce Springsteen signe un contrat de 110 millions avec Columbia. Cf. *The New York Times*, 29 janvier 2009.

50- *Le Commerce du Levant*, 1^{er} février 2008.

51- « Culture Wars: The Arabic Music Video Controversy », *Transnational Broadcasting Studies*, vol. 1, no 1, 2005.

52- DAVIS Mike, *Le Stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2007.

chanteuses comme d'un éventuel caractère d'agence matrimoniale de Rotana⁵³. Le sujet était constamment évoqué en entretien par les hommes rencontrés dans cette recherche, qui s'attardaient particulièrement sur ce sujet, évoquant une des figures historiques de Rotana comme « *l'ancien pimp du Prince* »⁵⁴ ou leurs soupçons sur des dynamiques de prostitution (toutefois surtout imputées aux chanteuses elles-mêmes plutôt qu'à Rotana ou à un effet structurel).⁵⁵ Le caractère sexiste des paroles ou des clips,⁵⁶ l'assassinat de chanteuses (Zikra et Suzanne Tamim), les violences évoquées dans les divorces médiatiques, comme certaines affaires ayant concerné le Prince lui-même, laissent deviner l'importance de dynamiques de violence et d'exploitation de jeunes femmes. En l'absence d'enquêtes portant sur ces violences sexistes et sexuelles à l'époque, comme d'un Metoo arabe ou musique depuis, celles-ci restent malheureusement peu documentées, même si pour la première fois en 2024 une ancienne chanteuse, Bassima, a rompu le silence en parlant des « *tanāzulāt* »⁵⁷ (faveurs) sexuelles demandées pour pousser la sortie d'un album, et comment les artistes naviguaient dans une situation de concurrence orchestrée par Rotana.

Un projet en échec et un retournement d'ambitions

Passé l'euphorie des débuts, le modèle économique va patiner. Le marché publicitaire va s'avérer finalement loin des promesses (en 2004 un rapport évalue sa taille à 5 fois moins que prévu), tandis que le déploiement de multiples chaînes satellites dans la région bat de l'aile. À défaut d'entrée en bourse des groupes de médias arabes (Rotana, qui l'annonçait pourtant en 2010, ne sautera jamais le pas),⁵⁸ et privés de l'argent de ces nouveaux investisseurs envolés, les groupes, Rotana comme d'autres, ne peuvent plus continuer à compenser par leur re-financiarisation un modèle économique déficitaire. La crise des subprimes en 2008 achèvera de clore une ère des *media moguls* et du satellite, et Kingdom Holding la première annoncera une perte record de 8,26 milliards de dollars.⁵⁹

La non-rentabilité de Rotana n'est alors plus compensée par les profits des autres entités de la holding, et les conséquences sont immédiates : le nombre de sorties est divisé par 4 entre 2008 et 2010, le portfolio d'artistes est réduit et les journaux ne cessent de compter les victimes (certains parlant d'un catalogue réduit à 30 personnes). Les carrières des jeunes chanteuses en particulier sont

53- Une analyse statistique des mariages reste à faire, non seulement entre les chanteuses et des hommes d'affaires, rencontres que l'on pourrait imaginer éventuellement organisées par Rotana, mais aussi dans le petit monde de la musique : nombre de managers, producteurs et ingénieurs du son seront aussi mariés à ces chanteuses entre dix et vingt ans plus jeunes qu'eux.

54- Entretien 2, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2018

55- RAVET Hyacinthe, *Musiciennes: Enquête sur les femmes et la musique*, Paris, Autrement, 2011;

Il faut noter néanmoins que les liens existent : en témoigne par exemple le parcours du libanais Toros Siranossian, promoteur de concerts connu qui devient représentant ensuite des « *supernightclubs* » du pays, à savoir des lieux de prostitution. Cf. *Foreign Policy*, « *Sex for Sale in Beirut* », 9 février 2012.

56- ELOUARDAOUI Ouidyane, « *Contemporary Arab Music Video Clips: Between Simulating MTV's Gender Stereotypes and Fostering New Ones* », *Imaginations: Journal of Cross-Cultural Image Studies / Revue d'études interculturelles de l'image*, vol. 4, 2010, p. 112–133.

57- *Chou al Qissa ?*, LTV, 9 août 2024.

58- SAKR Naomi, *Arab Television Today*, London, I.B. Tauris, 2007.

59- Reuters, 21 janvier 2009.

stoppées nettes, et les artistes obligés de s'auto-produire désormais titre par titre – un modèle resté encore aujourd'hui majoritaire qui va enterrer encore plus le format d'album. En 2010, quand Rotana passe un accord avec Newscorp, l'un des plus grands groupes de médias au monde, il retrouve quelques couleurs, mais se voit contraint à une restructuration interne. Puis lors des révolutions arabes en 2011, l'arrêt des concerts frappe les artistes tandis que le Prince WBT commence à faire l'objet d'investigations critiques qui culmineront en 2013. Cette année-là, le prestigieux magazine économique *Forbes* va le retirer de son classement annuel des milliardaires avec un commentaire acerbe et inhabituel, jugeant que « la valeur de ses holdings ressemble parfois à une réalité alternative, y compris pour Kingdom Holding qui en bourse, monte et descend selon des facteurs, qui, par coïncidence, semblent plus liés au classement des milliardaires de *Forbes* qu'à des fondamentaux économiques ». ⁶⁰

Une fronde des artistes

Entre-temps les critiques n'ont cessé de se multiplier venant des artistes : ils et elles se plaignent de ne pas être payés, des contraintes avec les chaînes Rotana, de se voir imposer une date de sortie d'album, voire la sortie d'un disque non-fini, ou enfin de se voir empêcher de chanter – situation à laquelle le libanais Fadl Chaker avait fait face dès 2001 en étant privé d'autorisation officielle de chanter pendant un an ⁶¹. Le portefeuille de services de Rotana autant qu'un outil à destination des artistes est en effet un outil de contrôle croisé, avec des couches d'enjeux complexes pour les artistes : *« Quand Rotana ne paie pas le clip prévu dans le contrat, l'artiste ne veut pas aller en justice, parce qu'il faut pouvoir voyager en Arabie Saoudite. C'est quand même un Prince qui dirige tout ça... »* ⁶². Le même Prince capable d'ouvrir les portes du golfe est ainsi en position de dangereusement les fermer, et de contrôler la part cruciale des concerts pour les revenus des artistes. Ces querelles ont aussi leur utilité : elles alimentent les magazines Rotana, et les allers-retours frondeurs des artistes permettent de mettre en scène des événements autour de ces retours triomphaux et de signatures de contrats.

À la faveur de la crise économique à partir de 2008, avec les contrats rompus et en l'absence d'argent, les artistes prennent moins de risque à parler de Rotana, alors que jusque-là seuls quelques-uns avaient signifié leur désaccord : « pourquoi certains artistes disposent d'un budget pour 6 ou 7 chansons, et d'autres pour quatorze ? » s'interrogeait par exemple le libanais Nidal Hleil dès 2004. Parmi les premiers à être entré en guerre ouverte contre Rotana, avec avocats interposés, il doutait alors déjà publiquement des classements et des décisions de l'entreprise : *« qui évalue le succès d'une sortie et qu'elle sont les données pour le déterminer ? Quel est le lien avec le volume de ventes par exemple ? [...] Ce n'est pas lié à un pourcentage de vente d'albums, ni un autre nombre, c'est seulement une estimation de l'entreprise ! »*. ⁶³

60- *Forbes*, 5 mars 2013.

61- *Charq Awsat*, 28 septembre 2001.

62- Entretien 1, Producteur et Top Executive du milieu musical, 2020

63- *Elaph*, 1^{er} avril 2004.

Les franges malmenées

Les autres acteurs de cette économie ont aussi eu le temps de déchanter. Car en fait de redessiner l'économie sur un modèle de « ruissellement », enjeu général alors dans le Golfe,⁶⁴ et plus encore sous un angle d'oligopoles à franges, Rotana va surtout créer avant 2008 une situation à deux vitesses avec une nouvelle économie des superstars qu'il domine et le maintien en parallèle d'une vieille économie de la musique, inchangée et abîmée, et faite de franges concurrencées voire aux activités (par exemple de découverte d'artistes) parasitées par Rotana. Aux contrats de rêve avec des millions de dollars et des concerts garantis, répondent ainsi d'autres contrats où l'artiste est ponctionné de « commissions de 35 à 50 % sur tous les revenus du sponsoring, des concerts, etc. afin de couvrir les pertes sur les ventes de disques [...] [avec un contrat] signé pour un minimum de trois ans pour que nous rentrions dans nos frais »⁶⁵. Dans cette économie, les investissements pour faire émerger des carrières nouvelles sont minimaux. La subsidiarité de la musique dans le projet de Rotana se mesure d'ailleurs sur ce point aussi par l'absence quasi-totale de lancement de carrières pour les candidat.e.s de la Star Academy, show produit par Rotana avec la chaîne libanaise LBC, à l'écho pourtant retentissant dans la région dès son lancement en 2003.⁶⁶ Joseph Attieh (vainqueur 2005) ne sortira son premier album que 5 ans après sa victoire, et si quelques participantes deviendront stars c'est comme présentatrices de télévision. Une inversion de la dynamique de Studio el Fan qui avait servi de plateforme de lancement à plusieurs carrières musicales à travers la télévision dans les années 1970-1980.

Solution miracle au départ, Rotana devient par ailleurs au fil des ans un acteur ambigu avec le piratage, les aspects légaux, le droit d'auteur, et par la suite le streaming. Sa politique avec les droits d'auteurs⁶⁷ tend à l'instrumentalisation musclée, avec des partenariats interrompus du jour au lendemain (en témoigne un cas rapporté d'une compagnie aérienne sommée de faire disparaître une partie du catalogue de ses avions),⁶⁸ des vidéos youtube retirés par un usage offensif des réclamations de droit d'auteur⁶⁹, ou des lettres adressées par voie d'avocats à des artistes de manière régulière : alors que la dimension écrite et légale des contrats passait pour un gage de sérieux et de stabilité pour les artistes au début de l'essor de Rotana, cette dimension contentieuse ne cesse ensuite de se retourner contre eux qui reçoivent régulièrement des mises en demeure. S'y ajoutent des accusations sur des campagnes floues d'achats ou d'appropriation de droits d'artistes et de catalogues à grande échelle, via des séries d'intermédiaires et vieux contrats peu clairs et à cheval sur plusieurs pays.

64- HANIEH Adam, *Capitalism and Class in the Gulf Arab States*, op. cit.

65- *Le Commerce du Levant*, 1er février 2008.

66- KRAIDY Marwan M., *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009.

67- *Broadcast Pro ME*, 13 décembre 2012.

68- Entretien 5, *Producteur international*, 2021

69- L'un des plus gros tubes de l'année 2022, *El-ghazāla rāy'a*, ainsi encore été retiré pendant plusieurs mois. Entretien 6, *producteur égyptien*, 2023.

Sur la collecte des droits, un acteur évoque le cas « d'artistes qui appelaient la SACEM pour dire : « pourquoi cette année j'ai aussi peu ? », et quand on leur disait qu'il y avait eu une revendication de Rotana pour une partie, ils tombaient de leur chaise « mais moi j'ai jamais rien signé avec eux ! »⁷⁰. Loin d'inaugurer ces conflits, déjà incessants dans ce milieu de la musique, Rotana va toutefois accentuer une économie de la méfiance entre les acteurs de ce secteur.

L'ambiguïté règne aussi sur le piratage, Rotana continuant à produire des disques qu'il ne cherche pas particulièrement à vendre, et plus encore en n'aidant pas les acteurs à le faire, faute d'intérêt pour ces chiffres : « on faisait des commandes, ils n'envoyaient pas le bon nombre et ne remboursaient jamais »⁷¹ selon un disquaire, tandis qu'au moins deux rumeurs font état de production de copies pirates depuis les chaînes de production même de Rotana.⁷² « C'était la piraterie qui était l'associée de Rotana » va ainsi jusqu'à dire un producteur⁷³ : plutôt que de résoudre les problèmes du secteur, l'entreprise du Prince WBT en joue à son profit.

À s'éloigner de l'industrie du disque, à promouvoir des modèles de carrières hybrides qui rétrospectivement semblent correspondre à l'image des artistes entrepreneurs volontiers promus dans la pop mondiale ces dernières années, Rotana avait potentiellement quelques affinités à faire valoir avec une nouvelle ère du streaming – qui aurait par ailleurs remis au goût du jour le rapport à la technologie manifesté au début des années 2000 (avec les ringtones ou autres). Pourtant, le groupe ratera ensuite complètement le tournant numérique, au point d'être soupçonné par nombre d'acteurs d'avoir même contribué à couler un projet régional de streaming, aujourd'hui oublié, Yala Music : « [Yala, en 2010] ça avait commencé avec un contrat avec Pepsi de 6 millions de dollars pourtant. Mais Rotana envoie un mail en disant « c'est des pirates ».⁷⁴ Ils ont pensé qu'ils allaient être gênés, ils ne voyaient pas le streaming venir. Il y a eu un arbitrage à Dubaï, à Genève, mais ils ont gagné commercialement. Ils ont effrayé les annonceurs qui disaient « Réglez vos problèmes avec Rotana et après on revient ».⁷⁵ Lancé juste après cette mise en garde, le service Anghami négociera d'emblée un partenariat avec Rotana pour se lancer en tant que plate-forme de streaming régionale, ce qui est probablement bien plus essentiel à son succès que son modèle technique ou sa forme « start-up ».⁷⁶

70- Entretien 7, *Spécialiste du droit d'auteur*, 2023.

71- Entretien 8, *Producteur*, 2018.

72- Entretien 2, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2018.

73- Entretien 1, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2020.

74- A une époque où les services de streaming naissants, à commencer par Spotify, sont encore nettement dans un flou sur la distinction entre services légaux ou illégaux.

75- Entretien 1, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2020

76- KHALIL Joe F., ZAYANI Mohamed, « Digitality and Music Streaming in the Middle East: Anghami and the Burgeoning Startup Culture », *International Journal of Communication*, vol. 16, 2022, p. 1532-1550.

Le flou d'une structure

Pourquoi ce fonctionnement de Rotana ? La tentation est d'abord grande de procéder à une lecture culturaliste et néo-patrimoniale, faisant du Prince WBT la principale raison : sa présence est en effet synonyme de dimensions personnelles et patrimoniales – concerts privés, clip pour ses ambitions politiques au Liban⁷⁷ ou chanson à la naissance d'un de ses enfants –, comme d'une absence de structure claire autour de lui, avec intermédiaires changeant et informels (dans un documentaire qui lui est consacré en 2005, il est ainsi montré accompagné d'une cour à géométrie variable⁷⁸). Son budget semble aussi fonctionner par vagues plutôt que comptabilité annualisée. Ce fonctionnement patrimonial et flexible est souvent moqué comme une série de caprices où par exemple « *le Prince envoyait une personne pour aller observer la mise en rayon des disques en Europe pendant quelques semaines, et son voyage coûtait plus que l'ensemble des ventes annuelles en Europe !* »⁷⁹.

Ce prisme culturaliste, fondé en plus très souvent sur des rumeurs, est toutefois très peu utile comparé à une approche plus sociologique l'approchant comme un travail en réseau, dans le cadre d'un « nouvel esprit du capitalisme »,⁸⁰ particulièrement internationalisé et très caractéristique du Golfe comme « société d'intermédiaires »⁸¹ d'une part ; d'une activité à situer dans une logique de groupe et de holding d'autre part. Car Rotana n'est pas qu'un fait du Prince, c'est aussi le mot-valise derrière lequel plusieurs phénomènes se déploient, pas tant inventés par ce groupe qu'il ne les symbolise depuis aux yeux de nombres d'acteurs : la multiplication des partenariats entre entreprises (du même groupe ou d'autres groupes) avec mise en commun d'équipes ou de bureaux sur des durées limitées ; la sous-traitance et les contrats par projets, avec équipes variables ; le travail à distance entre Dubaï, le Caire, Amman, Beyrouth, etc. ; les rencontres éphémères dans des « non-lieux » (hôtels et lounge d'aéroport), ou seulement dans des moments festifs comme les fêtes organisées par Rotana et les *awards*. Même les artistes ne sont parfois plus en studio pour leurs propres titres, enregistrés d'un bout à l'autre de la région⁸². L'invisibilité de Rotana dont personne ou presque ne connaît les bureaux ou les cadres n'est alors pas si étonnante (et en ce sens les conditions de l'enquête sur Rotana et le fait de ne jamais pouvoir les rencontrer fait écho à une situation plus générale).

Cette organisation en réseau et par projets explique aussi un autre prisme fréquent de description de Rotana, celui des affaires et scandales, tant certains ont appris à exploiter le flou de ce fonctionnement : faux intermédiaires promettant à des artistes de se faire signer, ou leur faisant payer un ticket d'entrée contre la perspective d'un salaire fixe et mirobolant, ou escroc facturant une chanson

77- Najwa Karam, *Tal Omrak* [enregistrement sonore], 2000.

78- BRULE Christophe, *La vie incroyable du prince Waleed* [documentaire], 2005. A noter que ce documentaire flatteur sera distribué avec sa biographie traduite en français un an plus tard.

79- Entretien 2, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2018

80- BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « Essais », 1999.

81- HERTOG Steffen, « The Sociology of the Gulf Rentier Systems: Societies of Intermediaries », *Comparative Studies in Society and History*, vol. 52, no 2, 2010, p. 282–318.

82- Entretien 9, *Ingénieur du son*, 2021.

au label au double du prix convenu avec le compositeur, pour créer une rétrocommission destinée à un proche d'un cadre de Rotana.⁸³ Des scandales par ailleurs amplifiés, dans la continuité de cette sociologie d'intermédiaires, à travers les journalistes de tabloïds et les avocats.

Un autre nombre : les employés

Vu la dilution entre les différentes branches de Rotana, la holding et les partenariats successifs, la tentation de faire de Rotana un fait du prince est d'autant plus séduisante que savoir autrement qui y travaille s'avère difficile. Une plaquette de présentation en 2019 annonce « 500+ » personnes dans le groupe entier, pour une structure réputée « similaire à une fusion entre MTV, Atlantic Records et Ticketmaster ».⁸⁴ Mais Atlantic, label parmi les plus importants du secteur musical, compte 410 employés à lui seul en 2004,⁸⁵ tandis que les géants de la concentration des médias comme Newscorp ont plusieurs dizaines de milliers⁸⁶ d'employés. En conséquence, quand en 2010, à l'occasion des débats sur la restructuration post crise de 2008, des licenciements massifs (peu clairs et en partie masqués sous forme de « transferts » d'un bureau à l'autre), touchent les bureaux de Beyrouth et du Caire, les ordres de grandeur se comptent seulement en dizaines d'employés.⁸⁷

Autrement dit, la branche musique a un nombre à peine égal aux dizaines d'artistes signés, c'est à dire que les équipes entières nécessaires pour gérer des carrières de superstars n'existent tout simplement pas. Pour preuve, Haifa Wehbé, artiste et marque ayant particulièrement professionnalisé le modèle des partenariats et des concerts privés, revendique à elle seule dans une période hors Rotana une équipe de 15 personnes, en 2008, avec « trois bureaux [à Beyrouth, le Caire et Dubaï]. Chacun [avec] quatre personnes, encadrées par un avocat gérant les contrats de l'artiste, un responsable logistique et un responsable marketing »⁸⁸. Les innombrables plaintes d'artistes qui s'offusquent régulièrement qu'on ne leur accorde pas assez d'attention paraissent dès lors en partie moins capricieuses que fonction de cette situation, comme lorsqu'en 2002, la superstar syrienne Georges Wassouf avait fait connaître son mécontentement à la fois pour des factures non réglées mais aussi un crime de lèse-majesté de n'avoir pas été accueilli à l'aéroport.⁸⁹

Enfin, le profil même de ces employés mériterait d'être interrogé, surtout au vu de l'ampleur des tâches attendues : Rotana ne recrute pas dans les labels qu'il domine, et n'aura que très marginalement un rôle de formation pour une nouvelle génération. L'entreprise saoudienne embauche à la place de jeunes

83- *Elaph*, 1^{er} avril 2004.

84- SKOVGAARD-PETERSEN Jakob, RATTÀ Donatella Della, *Arab Media Moguls*, op. cit.

85- *Billboard*, 10 avril 2004.

86- 64000 employés à Newscorp en 2008. Cf. Annual Report 2008.

87- *Al Rai*, 4 janvier 2010.

88- *Le Commerce du Levant*, art. cité.

89- *Elaph*, 5 décembre 2002.

diplômés en business ou marketing de petites universités (notamment au Liban), sans expérience préalable, sans intérêt particulier pour la musique et rarement restés ensuite dans un secteur où ils sont attendus au tournant avec méfiance. Un producteur dit ainsi n'avoir « *jamais recruté un employé de Rotana parce qu'ils étaient pas bien formés.* », ⁹⁰ en exagérant toutefois l'importance de la marque Rotana dans cette économie des projets (où nombreuses sont les personnes à avoir travaillé avec Rotana en réseau sans avoir été salarié), comme les responsabilités de Rotana dans un milieu où les professionnels des « personnels de renfort » sont confrontés aux mêmes hybridités de carrière et porosité entre secteurs que les artistes, et quittent souvent la musique à ce titre. C'est d'ailleurs pour cette raison aussi qu'il s'avère difficile de les contacter après leur départ, tant peu de personnes ont gardé lien avec ce milieu, voire l'ont quitté en mauvais termes et ne souhaitent pas en reparler.

Conclusion. L'impossible chute de la maison Rotana

Au fil des ans, Rotana a revendiqué une activité depuis la découverte des artistes, jusqu'à la production de leurs titres, clips, puis leur diffusion sur les chaînes de télévision et radios Rotana, leur promotion à travers un magazine Rotana et fête de sortie de l'album dans un Rotana Café. S'ajoutent à cela des usines pour les disques et les cassettes, des festivals et des chaînes d'hôtels où ils et elles jouent⁹¹, et même un avion dédié. Surtout identifié à la pop depuis, Rotana se présentait aussi comme actif dans les archives de la grande musique arabe ou des films, à travers des deals de rachats de catalogues, et même dans la musique traditionnelle, à travers un département spécifique. Les activités philanthropiques du Prince avaient aussi leur pendant musical, à travers le versement d'aides à des artistes retraités.⁹²

Avec son apparente intégration verticale et sa présence à tous les stades de la chaîne de production du produit culturel, Rotana paraît presque se rapprocher du système de la K-Pop⁹³ - mais ces revendications tiennent du trompe-l'oeil : Rotana a été beaucoup de choses, mais par à-coups et imparfaitement, loin d'un modèle industriel intégré de K-Pop justement, et plus ancré dans un modèle financiarisé et souple, quitte à ce que le produit ne soit plus très clairement identifiable. Jamais non plus il n'a disposé de ses studios, compositeurs, ou n'a porté un « son » particulier. Et si tous les artistes ou presque d'une génération de la pop arabe sont passés brièvement par Rotana, ou ont dû travailler avec sur un aspect ou un autre de leurs activités, jamais il n'a été en situation de tous les signer simultanément ni d'avoir un contrôle total sur leurs carrières.

90- Entretien 1, *Producteur et Top Executive du milieu musical*, 2020.

91- Parce qu'ils ne relèvent pas du même groupe malgré le même nom, cette boucle ne se termine pas dans un hôtel Rotana pour les concerts, mais Four Seasons ou Mövenpick. Les hôtels restant l'un des principaux lieux où s'organisent des concerts de stars dans la région.

92- Akhbar, 18 juillet 2007 ; *L'Orient-Le Jour*, 8 avril 2004.

93- SHIN Solee I., KIM Lanu, « Organizing K-Pop: Emergence and Market Making of Large Korean Entertainment Houses, 1980-2010 », *East Asia*, vol. 30, no 4, 2013, p. 255-272.

Ce flou est-il toutefois paradoxalement synonyme de flexibilité et de durabilité ? Rotana est un nom toujours présent dans les années 2020 et même revenu en grâce esthétiquement à la faveur d'un mouvement de nostalgie pour les années 1990-2000 et de développement récent de soirées « arab kitsch ». Il a entre-temps durablement verrouillé les possibles dans le monde musical, y compris l'impossibilité de son absence. Sa taille, aussi bien réelle que revendiquée, en a longtemps fait le seul interlocuteur légitime et reconnu au niveau international pour représenter le marché régional (par exemple avec la SACEM),⁹⁴ et le seul acteur en apparente capacité d'intervenir à grande échelle et changer l'industrie (jusqu'à se trouver impliqué dans des logiques de démantèlement de réseaux de piratage avec les pouvoirs publics et la police.)⁹⁵

À partir de la fin des années 2010, l'arrivée du streaming dans la région n'a pas mis fin à la logique de deux mondes parallèles, l'un de superstars et l'autre d'artistes toujours contraints d'opérer dans une plus petite économie. Plus encore, la liste des superstars est restée étrangement stable. L'absence de verdict des écoutes continue aujourd'hui à être structurante, tout comme la rareté du A&R (*Artists and Repertoire* -, soit le pôle de recherche de nouveaux artistes au sein de l'industrie musicale) : en découle un « cartel » d'artistes pop inchangés et fortunés depuis 30 ans, dont la position évoque moins des débats sur la musique que sur le niveau de revenus des 1 ou 10 % les plus riches de la région et ses inégalités économiques record⁹⁶. Leur « coordination entre entreprises réalisée [...] avec un objectif commun restrictif de concurrence »⁹⁷ a freiné l'apparition d'une nouvelle génération pop : jury d'émissions de télé-réalité, Amr Diab, Haifa Wehbe, Elissa, et d'autres continuent jusqu'aux années 2020 à effectivement décider de qui entre sur le marché et à refuser l'avènement de nouveaux « number one » qui les remplaceraient : à l'orchestration d'une compétition entre artistes au sein du label et aux affrontements médiatiques entre artistes de la même ère Rotana (qui a par ailleurs laissé une trace sur le plan musical avec l'absence notable de collaborations et featurings), a succédé au fil des ans ce contrôle collectif d'accès au marché entre anciens concurrents – phénomène unique au monde dans une économie musicale où l'âge est pourtant un critère discriminant central d'habitude.

La subsidiarité de l'économie musicale, et particulièrement des enregistrements, continue aussi à opérer, d'abord par la centralité constante des concerts et de la publicité comme principale source de revenus des artistes, mais aussi plus largement par l'extension d'une logique de partenariats et de promesses aux investisseurs : ainsi le service de streaming Anghami s'appuie-t-il économiquement sur un réseau d'accords multiples avec les opérateurs téléphoniques à travers la région qui constituent sa principale métrique, c'est, en effet, par eux que

94- *Billboard*, 7 octobre 2009.

95- Akhbar, 23 août 2010.

96- ALVAREDO Facundo, ASSOUAD Lydia, PIKETTY Thomas, « Measuring Inequality in the Middle East 1990–2016: The World's Most Unequal Region? », *Review of Income and Wealth*, vol. 65, no 4, 2019, p.685–711.

97- Entente, *Dictionnaire de droit de la concurrence*, Concurrences.com.

transitent majoritairement de nouveaux abonnés (au compte offert avec toute nouvelle souscription d'un abonnement téléphonique) et les afflux d'argent vers Anghami, tandis que ses volume d'écoute restent mystérieux et inaccessibles.⁹⁸

Plus encore, une forme de socialisation à cette subsidiarité de l'économie musicale est visible chez les artistes, non seulement toujours à l'échelle des partenariats de superstars, mais aussi à plus petite échelle depuis : artistes et producteurs investissent par exemple dans le secteur du *Food and Beverages*. À l'image de ce chanteur/producteur ayant commencé à jouer dans des restaurants, avant d'en prendre des parts en tant qu'associé, puis d'ouvrir le sien.⁹⁹ Même les scènes alternatives arabes, souvent présentées comme dépendantes d'aides internationales, d'ONG et de bourses, dépendent aussi largement du marché de la publicité (de commande de titres en l'occurrence). Non sans ironie, la publicité assure une part essentielle des revenus pour des artistes rejetant par ailleurs explicitement ce type d'esthétique et de rapport au commercial.¹⁰⁰

Enfin, Rotana reste d'autant plus insubmersible qu'il ne cesse de changer et de réarticuler ses différentes branches. En 2018, il est quasiment donné pour mort par certains acteurs : « *on les estime à 80 millions de dollars maximum, et il y a une estimation en cours à 15 millions...* ». Un autre parle lui de « *25 millions* »¹⁰¹ au moment d'une estimation pour un possible accord avec Warner. Rotana est alors d'autant plus en difficulté que le Prince WBT a fait partie des personnes visée par une campagne anticorruption du nouveau pouvoir saoudien en 2017 qui a culminé avec sa séquestration avec d'autres hommes d'affaires dans un luxueux hôtel de Riyad.¹⁰²

Mais quelques mois après, avec Deezer, Rotana signe un deal à 160 millions d'euros, malgré la stagnation d'un catalogue depuis des années, à travers un tour de passe-passe remarquable de jeu d'écriture : l'accord est associé à une prise de participation de la holding du Prince dans Deezer qui utilise en retour cet argent pour signer avec Rotana, présenté à nouveau comme acteur majeur incontesté « *premier producteur et distributeur de musique en langue arabe de la région, [qui] possède un catalogue sans égal comprenant plus de 13.000 titres et 2.000 vidéos, ainsi qu'un catalogue d'artistes comprenant plus de 80% des plus grandes stars de la région* ». ¹⁰³

Un contrat avec Warner en 2021, puis Anghami en 2022, confirmeront cette situation de retour en grâce, à ceci près que c'est moins le catalogue qui intéresse ces investisseurs que la promesse d'une porte d'entrée pour un marché saoudien spécifique de l'événementiel. Rotana apparaissant comme une *kafāla*

98- Entretien 10, spécialiste du droit d'auteur, 2020.

99- Entretien 11, Musicien et Producteur, 2022.

100- Entretien 12, Musicien et Producteur, 2022.

101- Entretien 1, Entretien 2.

102- BRISSON Thomas, « La "prison dorée", ou les luttes de pouvoir dans l'Arabie Saoudite de Mohammed ben Salman : retour sur un terrain limite pour les sciences sociales », *Critique internationale*, vol. 92, no 3, 2021, p. 123–141.

103- Communiqué de presse Deezer, 2 août 2018.

/ *sharikat wasāṭa*¹⁰⁴ (entreprise d'intermédiation) dans un marché promis à 10 % de croissance¹⁰⁵ annuelle. Fort de son antériorité sur le marché, où il apparaît ironiquement comme survivant dans le désert de disparitions d'entreprises qu'il a contribué à entretenir, Rotana est devenu par ailleurs encore plus saoudien depuis la prise de participation du fond souverain national à la Kingdom Holding en 2022.¹⁰⁶

À considérer sa situation en 2025, Rotana est finalement au-delà du monopole à franges un exemple de *path dependency*¹⁰⁷ remarquable, ce mécanisme qui rend un choix historique d'abord banal de plus en plus contraignant à mesure qu'il s'inscrit dans la durée : il a redéfini les grandes lignes d'un marché au point de rendre trop coûteux et improbable toute possibilité de faire autrement depuis. Peu enclin à faire faillite de par son rapport particulier à la rentabilité comme ses facettes multiples qui l'autorisent à favoriser telle ou telle activité, présent depuis des années, identifié dans le business international via son illustre propriétaire, il est même devenu utile à des petits acteurs et des nouveaux entrants depuis la fin des années 2010 comme entreprise de taille critique qui envoie des signaux à grande échelle aux marchés internationaux. L'un de ces acteurs, pourtant largement critique de Rotana, juge à propos d'un des deals récents, qu'il est « *sain pour le marché, parce qu'il va avoir un gros impact et va pousser plus de grosses entreprises à avoir un œil sur ce marché* ». Voilà pourquoi jusqu'à aujourd'hui Rotana reste l'entreprise la « *plus efficace à prétendre qu'elle est la numéro un* »¹⁰⁸ dans un marché où nombre d'acteurs entendent continuer à profiter du flou d'une économie de la promesse, forte désormais de nouvelles perspectives mirobolantes à l'horizon et de sommes à nouveau phénoménales, afin d'attirer des investisseurs avec ces chiffres – et ce plutôt que d'investir à leur échelle et petit à petit dans la découverte de nouveaux artistes ou la mise en place d'un écosystème alternatif viable. Là encore, il s'agit d'un héritage central de Rotana qui a contribué à ancrer dans une perspective financière, désormais dépendante d'une autre économie de l'Entertainment, cette économie de la musique.

104- Al Araby, 9 juin 2015.

105- Saudi Arabia Entertainment and Amusement Market Size and Share Analysis – Growth Trends and Forecast Report 2025-2033, mai 2025.

106- Reuters, 22 mai 2022.

107- PALIER Bruno, « Path dependence (Dépendance au chemin emprunté) », in BOUSSAGUET Laurie, JACQUOT Sophie, RAVINET Pauline (dir.), *Dictionnaire des politiques publiques*, Paris, Presses de Sciences Po, 2010, p. 411–419.

108- Entretien 5, *Producteur international*, 2021.

Bibliographie

- Akhbar, 18 juillet 2007.
- Akhbar, 19 juillet 2017.
- Akhbar, 23 août 2010.
- Al Araby, 2 décembre 2016.
- Al Araby, 9 juin 2015.
- Al Quds, 26 août 2009.
- Al Riyad, 9 octobre 2011.
- Al Rai, 4 janvier 2010.
- ALVAREDO Facundo, ASSOUD Lydia, PIKETTY Thomas, « Measuring Inequality in the Middle East 1990–2016: The World’s Most Unequal Region? », *Review of Income and Wealth*, vol. 65, no 4, 2019, p. 685–711.
- Billboard, 10 avril 2004.
- Billboard, 7 octobre 2009.
- BOLTANSKI Luc, CHIAPPELLO Ève, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « Essais », 1999.
- BOULOS Issa, DANIELSON Virginia, RASMUSSEN Anne K., *Music in Arabia: Perspectives on Heritage, Mobility, and Nation*, Bloomington, Indiana University Press, 2021.
- BRISSON Thomas, « La “prison dorée”, ou les luttes de pouvoir dans l’Arabie Saoudite de Mohammed ben Salman : retour sur un terrain limite pour les sciences sociales », *Critique internationale*, vol. 92, no 3, 2021, p. 123–141.
- BRULE Christophe, *La vie incroyable du prince Waleed* [documentaire], 2005.
- Broadcast Pro ME, 13 décembre 2012.
- Charq Awsat, 28 septembre 2001.
- Chou al Qissa ?, LTV, 9 août 2024.
- Communiqué de presse Deezer, 2 août 2018.
- DAVIS Mike, *Le Stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2007.
- ELOUARDAOUI Ouidyane, « Contemporary Arab Music Video Clips: Between Simulating MTV’s Gender Stereotypes and Fostering New Ones », *Imaginations: Journal of Cross-Cultural Image Studies / Revue d’études interculturelles de l’image*, vol. 4, 2010, p. 112–133.
- Elaph, 5 décembre 2002.
- Elaph, 7 octobre 2003.
- Elaph, 1er avril 2004.
- Elaph, 20 septembre 2004.
- Foreign Policy, « Sex for Sale in Beirut », 9 février 2012.
- Forbes, 5 mars 2013.

- FRISHKOPF Michael (dir.), *Music and Media in the Arab World*, 1st edition, Cairo & New York, The American University in Cairo Press, 2010.
- GOPINATH Sumanth, *The Ringtone Dialectic: Economy and Cultural Form*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 2013.
- HANIEH Adam, *Capitalism and Class in the Gulf Arab States*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2015.
- HANIEH Adam, *Money, Markets, and Monarchies: The Gulf Cooperation Council and the Political Economy of the Contemporary Middle East*, Cambridge, Cambridge University Press, 2018.
- HERTOOG Steffen, « The Sociology of the Gulf Rentier Systems: Societies of Intermediaries », *Comparative Studies in Society and History*, vol. 52, no 2, 2010, p. 282–318.
- KHALIL Joe F., ZAYANI Mohamed, « Digitality and Music Streaming in the Middle East: Anghami and the Burgeoning Startup Culture », *International Journal of Communication*, vol. 16, 2022, p. 1532–1550.
- KHAN Riz, *Alwaleed: Businessman, Billionaire, Prince*, New York, William Morrow, 2005.
- KRAIDY Marwan M., *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009.
- LAGRANGE Frédéric, CHAVENEAU Clio, « Culture pop dans la péninsule arabique : expressions sociétales, enjeux commerciaux et cooptations étatiques », *Arabian Humanities*, no 14, 2020.
- LAGRANGE Frédéric, JACQUEMOND Richard (dir.), *Culture pop en Égypte – Entre mainstream commercial et contestation*, Paris, Riveneuve, 2020.
- Le Commerce du Levant, 1er février 2008.
- L'Orient-Le Jour, 8 avril 2004.
- MARTEL Frédéric, *Mainstream : Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Paris, Flammarion, 2011.
- MENORET Pascal, *L'énigme saoudienne. Les Saoudiens et le monde, 1744-2003*, Paris, La Découverte, 2003, p. 142.
- Monopole, *Dictionnaire de droit de la concurrence*, Concurrences.com.
- PACOURET Jérôme, HAUCHECORNE Mathieu, « Autonomies des arts et de la culture. Les biens symboliques face à l'État et au marché », *Biens Symboliques / Symbolic Goods*, no 4, 2019.
- PALIER Bruno, « Path dependence (Dépendance au chemin emprunté) », in BOUSSAGUET Laurie, JACQUOT Sophie, RAVINET Pauline (dir.), *Dictionnaire des politiques publiques*, Paris, Presses de Sciences Po, 2010, p. 411–419.
- RASMUSSEN Anne K., « Theory and Practice at the 'Arabic org': Digital Technology in Contemporary Arab Music Performance », *Popular Music*, vol. 15, no 3, 1996, p. 345–365.
- RAVET Hyacinthe, *Musiciennes: Enquête sur les femmes et la musique*, Paris, Autrement, 2011.

- REUTERS, 20 mars 1996.
- Reuters, 21 janvier 2009.
- Reuters, 22 mai 2022.
- REYNAUD Bénédicte, « La dynamique d'un oligopole avec frange : Le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, vol. 22, no 1, 1982, p. 61–71.
- Rotana, Plaquette de présentation, 2019.
- RUGH William, « Emergence of a New Middle Class in Saudi Arabia », *Middle East Journal*, vol. 27, no 1, 1973, p. 7–20.
- SAKR Naomi, *Arab Television Today*, London, I.B. Tauris, 2007.
- SAKR Naomi, SKOVGAARD-PETERSEN Jakob, RATTA Donatella Della, *Arab Media Moguls*, London, I.B. Tauris, 2015.
- SCHOTTE Manuel, « “Acheter” et “vendre” un joueur. L'institution du transfert dans le football professionnel », *Marché et organisations*, no 27-3, 2016, p. 149–165.
- SHIN Solee I., KIM Lanu, « Organizing K-Pop: Emergence and Market Making of Large Korean Entertainment Houses, 1980–2010 », *East Asia*, vol. 30, no 4, 2013, p. 255–272.
- SIMON Andrew, *Media of the Masses: Cassette Culture in Modern Egypt*, Stanford, California, Stanford University Press, 2022.
- SINNREICH Aram, « Music cartels and the dematerialization of power », in BENNETT Andy, WAKSMAN Steve (dir.), *The SAGE Handbook of Popular Music*, Los Angeles, SAGE, 2015.
- SPRENGEL Darci, « Imperial lag: some spatial-temporal politics of music streaming's global expansion », *Communication, Culture and Critique*, vol. 16, no 4, 2023, p. 243–249.
- The Audiotopia, « Mohammed Abdou, Arab's Singer – Saudi », Blogspot [online], 2012. Available at: <http://theaudiotopia.blogspot.com/2012/06/mohammed-abdou-arabs-singer-saudi.html> (Accessed July 10, 2025).
- The New York Times, 29 janvier 2009.
- Transnational Broadcasting Studies, « Culture Wars: The Arabic Music Video Controversy », vol. 1, no 1, 2005.
- WYNN Lisa, « The Romance of Tahliyya Street Youth Culture, Commodities and the Use of Public Space in Jiddah », *Middle East Report*, no 204, 1997, p. 30–31.

ملخص | كانت مجموعة روتانا، المملوكة للأمير السعودي الوليد بن طلال، لاعباً محورياً وغامضاً في صناعة الموسيقى العربية منذ الثمانينيات، إلا أن تاريخها مجزأ. إنها أكثر من مجرد علامة تجارية تمتلك طابعاً صوتياً وجمالياً، إنها مجموعة سمعية بصرية تشكل جزءاً من شركة قابضة ضخمة مرتبطة بصيغ الرأسمالية في الخليج. روتانا هي لاعب سيكون له تأثير دائم ومستدام على أسلوب عمل صناعة الموسيقى، حيث أنها انفتحت على القطاعات الاقتصادية الأخرى (أو من منظور أكثر نقداً جعلتها تابعة لها) وكان لها تأثير مماثل على كيفية عمل الفنانين (إعادة التفكير في البيع والشراء والميركاتو الحقيقي) وإنتاج الأغاني. تمثل روتانا التي تأسست عام ١٩٨٧ عبر اقتصاد الكاسيت، قبل أن يشتريها أمير طموح وذكي إعلامياً ويحولها إلى لاعب إقليمي رئيسي في اقتصاد الفيديو الموسيقي، "تمثل روتانا "مرحلة" (إذا استخدمنا مصطلح مايك ديفيس) في إنتاج موسيقى البوب السائدة. يشرع هذا المقال في تحديد سماتها الرئيسية، متبنياً منظوراً علائقياً مستوحى من علم الاجتماع لبير بورديو، وموضحاً إلى أي مدى تعتبر روتانا نموذجاً في حد ذاتها - احتكاراً مع هوامشه، ممولاً ومتفرعاً. والهدف أيضاً هو فهم سر ديمومة هذا اللاعب، وكيف يبدو أن هذا النموذج قد استطاع الصمود حتى يومنا هذا، ومدى تأثيره الاجتماعي على الفنانين، ولماذا لا تزال روتانا لاعباً رئيسياً حتى في عصر الإنترنت رغم كل الانتقادات التي تلقاها، حتى في عصر البث المباشر.

الكلمات المفتاحية | روتانا، البوب العربي، التيار الرئيسي، الخليج، قطب الإعلام

Pierre France is a researcher in political sociology and musicology, currently a PhD candidate at Aix-Marseille. He was a fellow at Stanford, Marc Bloch Center (Berlin), OIB (Beirut) and the Camargo foundation. He has co-authored a book on lawyer's in contemporary France, and articles on music as an academic and a journalist, working on the changing landscape of the Arab music industry. He lives between France and Lebanon since 2011 and has conducted extensive research in Lebanon ever since.

Pierre France est chercheur en sociologie politique et en musicologie, actuellement doctorant à Aix-Marseille. Il a récemment été chercheur invité à Stanford, au Centre Marc Bloch (Berlin), à l'OIB (Beyrouth) et à la fondation Camargo. Il est co-auteur d'un ouvrage sur le pantouflage dans la France contemporaine, ainsi que d'articles sur la musique en tant qu'universitaire et journaliste, travaillant sur l'évolution du paysage de l'industrie musicale arabe. Il vit entre la France et le Liban depuis 2011 où il mène des recherches approfondies depuis plusieurs années.