

LE NUMÉRIQUE : FOSSOYEUR DE L'INDUSTRIE DU DISQUE ?

par Sarah Giacomazzi



© CPCP asbl - novembre 2008

CPCP - Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation asbl
Rue des Deux Eglises, 45 - 1000 Bruxelles - Tél.: 02/238 01 00 - info@cpcp.be - www.cpcp.be



Depuis 2002, l'industrie musicale connaît une crise paradoxale sans précédent. Alors que les ventes de disques connaissent des chutes vertigineuses, la musique, elle, ne s'est jamais aussi bien portée qu'aujourd'hui. L'avènement de l'ère numérique a permis une consommation illimitée de la musique. Omniprésente, elle peut être écoutée n'importe où et n'importe quand. Le passage du cd, support « physique », vers le fichier numérique, support « dématérialisé » a provoqué une transmission massive de fichiers musicaux où les intermédiaires traditionnels du marché se voient écartés du processus de consommation. Aujourd'hui, grâce à Internet et aux logiciels de téléchargement, il suffit d'un simple clic pour transférer des titres d'un ordinateur vers un baladeur MP3 en passant par un téléphone mobile. Mais cette liberté de consommation a totalement bouleversé les rouages de l'industrie du disque. Les acteurs de l'industrie de la musique enregistrée – les artistes, les producteurs, les distributeurs, les disquaires, etc. – sont les premiers touchés par la mise en ligne illégale de catalogues entiers de musique. Le consommateur n'a plus conscience que la création musicale constitue un bien « privatif » qui nécessite une rétribution afin de pouvoir rémunérer tous les intervenants de la chaîne et considère dès lors la musique comme un bien public et gratuit.

L'industrie musicale a dès lors déclaré une guerre ouverte à Internet et les téléchargements massifs qu'il a entraînés. Raison ultime de sa descente aux enfers, elle a combattu par différents moyens le numérique et son lot d'inconvénients, en vain.

Pourtant, l'industrie du disque n'en est pas à sa première crise. La radio, le vinyle, la cassette, le cd ont également été source de vives inquiétudes, mais le marché du disque a su rapidement s'adapter, transformant ces innovations en formidables moteurs de croissance. Alors comment peut-on expliquer les difficultés des acteurs du monde du disque à se relever aujourd'hui de l'impact du numérique ? Le numérique sera-t-il le fossoyeur de cette industrie complexe et puissante ?

INDUSTRIE DU DISQUE VERSUS NUMÉRIQUE

Les maisons de disques ont sous-estimé la portée du numérique en pensant dans un premier temps qu'elles pourraient contrôler l'influence d'Internet sur leur marché. En choisissant de cibler Internet et les téléchargements illégaux comme étant la cause principale de la crise, elles n'ont pas anticipé le changement en profondeur qu'allaient engendrer les nouvelles technologies. Au lieu de faire évoluer leur mode de fonctionnement parallèlement à celui de l'avènement de l'ère numérique, elles ont décidé de concentrer leurs efforts sur la lutte contre le piratage.



Pour ce faire, elles ont opté pour une stratégie à plusieurs leviers. Face à la chute des ventes, la première réponse a été de baisser les prix. Simultanément, l'industrie a développé de nouveaux supports (DVD de concerts, vinyle collector...) ainsi que des éditions de luxe (incluant Bonus, vidéos, posters, code d'accès à des parties réservées du site de l'artiste...) afin d'inciter la consommation. Deux armes ont été privilégiées pour lutter contre le piratage : l'arme technologique, au moyen des systèmes DRM et l'arme légale à travers la répression judiciaire¹.

Dès 2001, les maisons de disques ont commencé à doter les CD de musique enregistrée de systèmes DRM. Grâce à ce procédé, elles ont pu déterminer l'usage qui pouvait être fait du CD : copie, transfert sur un ordinateur ou un baladeur numérique, lecture sur différents types d'appareils, chargement à partir d'un logiciel non agréé, durée d'usage...²

Concrètement, les limites de ce système se sont rapidement manifestées. Tout d'abord, ces logiciels sont susceptibles de s'opposer à l'utilisation normale et licite d'un CD acheté en rendant impossible la lecture sur un ordinateur ou sur un lecteur de voiture. Ensuite, ils entrent clairement en conflit avec le droit à effectuer une copie privée et avec le principe de limitation dans le temps du droit d'auteur. Ils peuvent également aller à l'encontre du respect de la vie privée, en permettant soit dans une logique anti-piratage, soit dans une logique de marketing, la transmission d'information en provenance d'un ordinateur ayant lu certains fichiers ou CD. Enfin, ils constituent une menace potentielle pour le système informatique. Citons le cas de Sony BMG dont le système DRM masquait la présence de virus éventuels³. Les consommateurs se sont dès lors montrés fort réticents à ces systèmes de protection et les DRM n'ont fait que détourner encore plus les acheteurs potentiels du support CD.

Parallèlement à ces moyens « technologiques », les maisons de disques ont utilisé l'arme judiciaire. Dans un premier temps, elles sont parties en croisade contre les logiciels de téléchargements permettant une transmission massive de fichiers numériques. En 2001, après une saga judiciaire fort médiatisée, les réseaux MP3.com et Napster ont dû cesser leurs activités car ils violaient la loi sur le copyright. Pour échapper aux poursuites judiciaires, les programmeurs informatiques ont alors créé des logiciels de téléchargement peer-to-peer dit P2P. Les fondements de ces systèmes de partage sont une architecture décentralisée qui transforme chaque adhérent du réseau à la fois en client et en serveur. Dès lors, toute poursuite judiciaire contre ces logiciels étant rendue impossible, les maisons de disques décidèrent de poursuivre les internautes eux-mêmes. À la fin 2005, plus de 20 000 procès étaient engagés dans plus de dix-sept pays.

¹ N. CURIEN, F. MOREAU, « L'industrie du disque », Paris, Editions la découverte, 2006, p.68.

² P. CHANTEPIE, A. LE DIBERDER, « Révolution numérique et industries culturelles », La découverte, « Repères », Paris, 2005, p.143.

³ N. CURIEN, F. MOREAU, « L'industrie du disque », Paris, Editions la découverte, 2006, p.69.



Toutefois, ces poursuites ne résolvait en rien la problématique profonde de l'impact du numérique sur cette industrie. Rappelons d'une part que les réseaux reposant sur des logiciels libres demeurent inattaquables et que d'autre part, la prochaine génération de logiciels P2P sera certainement à même de garantir l'anonymat des internautes⁴. En outre, les réseaux P2P ne sont pas le seul moyen d'échanger des fichiers musicaux: les réseaux privés d'universités ou d'entreprises ainsi que le peer-to-mail (l'échange par courrier électronique) constituent des procédés alternatifs qui sont beaucoup plus difficiles, voir impossibles à contrôler.

En décidant de partir en guerre contre le numérique au lieu d'en utiliser toutes ses potentialités, les maisons de disques n'ont pas tenu compte de tous les aspects de l'évolution du marché. En décidant de réduire les causes de la crise au numérique, l'industrie ne s'est pas remise en question à temps et connaît d'autant plus de difficulté à se relever.

LES SOURCES DE LA CRISE⁵

Pour Borey Sok, les sources de la crise du disque sont multiples et Internet n'en est pas la cause unique. Tout d'abord, « à cause de la bulle internet en 2000, les maisons de disques se sont montrées trop réticentes face aux nouvelles technologies ». Cette méfiance ainsi que les difficultés à trouver un accord avec les multiples interlocuteurs du marché n'ont pas facilité la mise en place de plates-formes payantes dédiées aux fichiers musicaux numériques. De plus, faute d'une législation internationale harmonisée sur le sujet, de grands flous juridiques ont subsisté, facilitant la circulation de contenus sans les rétributions d'usage.

Parallèlement, « les maisons de disques n'ont pas anticipé l'évolution des nouvelles technologies ». Sous-estimant les potentialités du numérique, les maisons de disques ont laissé tous les profits aux créateurs de logiciels et ont totalement négligé tous les nouveaux outils marketing que permet Internet. En refusant de collaborer avec des sites de téléchargements, tels que Napster, E-mule, Kazaa, les maisons de disques sont restées au bord de la route de la révolution numérique. Elles ont laissé le marché du téléchargement se développer sans en être un acteur actif.

Enfin, « elles ne se sont pas préparées à l'arrivée de nouveaux acteurs ». Apple, Myspace, YouTube, etc. sont désormais des marques familières que l'on associe directement à la musique ou la vidéo. Ce sont des sociétés qui parviennent à attirer de nombreux internautes et à générer des revenus considérables grâce à la musique. Elles sont la démonstration que le couple numérique-musique n'est pas incompatible avec bénéfice et rentabilité.

⁴ S. YAGAN, « Témoignage auprès du United States Senate Committee on the Judiciary », http://judiciary.senate.gov/testimony.cfm?id=1624&wit_id=4689, 2005.

⁵ B. SOK, « Musique 0.2. Solutions pratiques pour nouveaux usages marketing », Paris, Irma, 2007, p. 17-18.



L'AVENIR DES MAISONS DE DISQUES

« La révolution numérique a placé l'industrie de la musique enregistrée au cœur d'un processus de « destruction créatrice », au sens de l'économiste autrichien J.A. Schumpeter »⁶. De la même manière que le chemin de fer a révolutionné le transport de voyageurs en améliorant le confort des passagers tout en conduisant à la ruine des sociétés de transport de diligence, le numérique bouleverse toute l'organisation de l'industrie de la musique, tant du côté de la demande que du côté de l'offre. Toutefois, dans tout processus de « destruction créatrice », une phase transitoire marque le moment entre la « destruction » des structures existantes et la « création » de nouveaux modes de fonctionnement et de consommation. La première décennie de ce siècle représente un tournant majeur dans l'histoire de l'industrie de la musique enregistrée et constitue la phase transitoire de ce marché en pleine révolution. À l'avenir, avec la dématérialisation de la musique, les maisons de disques sont appelées à se muer en maisons de musique.

Actuellement, les maisons de disques connaissent de grandes difficultés. Les chiffres de vente ne font que baisser alors que les bénéfices du numérique se font encore attendre. Certes, des éléments positifs se dégagent déjà de la déconcentration du marché et ce surtout au profit des labels indépendants mais nous sommes encore loin d'une convergence fondamentale et nécessaire des nouvelles technologies afin de bâtir une industrie du disque en accord avec son temps.

À l'heure du numérique et de la reconstruction de l'industrie de la musique enregistrée, il est essentiel de penser autrement la rémunération des acteurs-clé de la création musicale car il n'y a aucune raison qu'ils ne soient pas rétribués. « Dans le monde numérique, il n'est plus efficace que la valeur créée par la musique soit capturée au niveau du support : cette valeur doit désormais être recueillie au niveau de l'accès à un catalogue illimité, à celui de la meta-information nécessaire pour naviguer dans l'abondance musicale, ou encore à celui des appareils de lecture tels que le baladeur ou le téléphone mobile. Le mode de tarification de la musique doit donc évoluer, les systèmes d'accès illimité contre paiement d'un droit forfaitaire étant préférables aux tarifications à l'acte ou à l'unité »⁷.

Après la création des « package quadruple-play » réunissant abonnements pour téléphonie fixe et mobile, internet et télévision, pouvons-nous imaginer la création d'un « quintuple-play » qui proposerait également un accès illimité à la musique ? Aujourd'hui, ce sont les fondements d'une industrie tout entière qui doivent être repensée afin d'assurer le financement d'une création musicale enrichie et diversifiée. Il est essentiel que tous les acteurs de la filière musicale, que ce soit les artistes, les labels, les fournisseurs d'accès Internet, les opérateurs de téléphonie mobile, les fabricants de baladeurs numériques, etc., travaillent d'une seule voix afin d'ouvrir les portes d'un renouveau de l'industrie de la musique enregistrée qui serait à la hauteur des potentialités énormes qu'offrent Internet.

⁶ N. CURIEN, F. MOREAU, *L'industrie du disque*, Paris, Editions la découverte, 2006, p.109.

⁷ N. CURIEN, F. MOREAU, *L'industrie du disque*, Paris, Editions la découverte, 2006, p.109.



BIBLIOGRAPHIE

B. SOK, « Musique 0.2. Solutions pratiques pour nouveaux usages marketing », Paris, Irma, 2007.

P. CHANTEPIE, A. LE DIBERDER, « Révolution numérique et industries culturelles », La découverte, « Repères », Paris, 2005.

N. CURIEN, F. MOREAU, « L'industrie du disque », Paris, Editions la découverte, 2006.

S. YAGAN, « Témoignage auprès du United States Senate Committee on the Judiciary », http://judiciary.senate.gov/testimony.cfm?id=1624&wit_id=4689, 2005.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.