

# LA MUSIQUE EN LIGNE RESTE MAL AU NET

*Les majors freinent la mise à disposition des catalogues.*

**C**omme sur les vieux 45 tours, le tube «musique et Internet» a deux faces. Face A, il y a la ritournelle du piratage en train de tuer la musique, entonnée par toute l'industrie lors du Midem en janvier. Et puis face B, le refrain plus discret de l'incapacité de l'industrie elle-même à proposer une alternative légale sur l'Internet aux sites d'échanges gratuits de chansons. Catalogues parcellaires, services coûteux et limités, majors distribuant elles-mêmes leur musique: acheter de la musique légale sur le Net frise l'acte de foi.

Sur l'Internet, la faiblesse de l'offre légale est ainsi sans appel. Autant Kazaa et sa musique gratuite et illégale offre un catalogue immense, autant des rayonnages des sites payants sont bien vides. Comme si, dans la rue, on trouvait tous les disques vendus sous le manteau, et qu'à 100 mètres, la Fnac ne proposait que quelques labels. «Ouvrir un magasin physique avec 10 CD en rayon, ça ne viendrait pourtant à l'idée de personne», remarque un distributeur. La raison? La frilosité des maisons de disques à ouvrir leur catalogue aux distributeurs en ligne.

**Lambiner.** En France, l'affaire est en train de tourner au pugilat. «Les majors ne peuvent pas à la fois se plaindre de la piraterie et refuser l'ouverture de leur catalogue à des plateformes de distribution tout à fait officielles», a déclaré mardi Jean-

Noël Rheinardt, le président de Virgin France, propriétaire de VirginMega.fr, version en ligne des Megastores. Le distributeur «s'étonne de l'attitude» d'Universal et Sony, accusés de lambiner. Lancé en avril 2002, VirginMega.fr se veut l'équivalent sur le Web des Megastores. Seuls les titres des indépendants Naïve et Wagram y sont aujourd'hui distribués. Laurent Fiscal, responsable du site, assure que les négociations avec certaines majors sont lentes, mais avancent. En revanche, Sony et Universal bloquent. Or, à elles deux, elles représentent plus de 50 % des titres distribués dans l'Hexagone...

Le leader européen de la distribution musicale en ligne, OD2, créé par le chanteur Peter Gabriel, bute sur ce problème: en France, Universal et Sony ne lui ont pas ouvert leur catalogue. Si Sony ne l'a fait nulle part en Europe (1), Universal a en revanche signé un accord européen avec OD2... excluant la France. Résultat: là où OD2 propose son service en «marque blanche», sur les sites Fnac, Wanadoo ou Tiscali, impossible de trouver Johnny Hallyday, la Star

Ac'et Zebda, poulains de l'écurie Universal; ou Céline Dion et Jamiroquai, qui émarquent chez Sony. Quant aux autres maisons de disques, si elles ont accepté d'ouvrir leur catalogue – portant l'offre à quelque 120000 titres –, elles n'ont pas fait preuve de beaucoup de souplesse: un dispositif technique empêche de graver sur un CD environ 3 titres sur 4. Du coup l'internaute

«On ne pratique pas l'exclusivité dans le monde physique, on ne le fera pas sur l'Internet.»  
Pascal Nègre,  
Universal  
Music France

peut seulement les écouter sur son ordinateur ou sur un baladeur numérique. Mais pas sur sa chaîne hi-fi. Etrange, alors que l'un des représentants de l'industrie, Marc Guez, le président de la SCPP (société civile des

producteurs phonographiques), admet que «les offres commerciales ne doivent pas être des prisons payantes. On doit pouvoir graver les titres, les transférer...»

«**Otage.** Si les majors ont toutes traîné des années avant d'accepter l'idée de distribuer de la musique en ligne, certains dans l'industrie dénoncent la «prise d'otage» d'Universal, particulièrement en France. Le catalogue de la major n'est ici disponible que sur E-Compil.fr, lancé par l'entreprise elle-même fin 2001. Et encore, le choix y est minuscule: de 8000 titres, il va passer à 13000

grâce au renfort de Sony, officialisé il y a quelques jours. De même, E-Compil est en bisbille avec la Sacem, et refuse de la payer. Seroit-on en présence de «manœuvres anticoncurrentielles», selon l'expression de maisons de disques ou de distributeurs? Pascal Nègre, PDG d'Universal France le nie: «On ne bloque pas tout, mais on n'est pas d'accord sur les deals. Je suis là pour vendre ma musique à tout le monde. On ne pratique pas l'exclusivité dans le monde physique, on ne le fera pas sur l'Internet.» Autrement dit, il s'agit de business et de négociations, rien d'autre et «ça prend du temps».

De toute façon, selon Pascal Nègre, l'urgence n'est pas dans une offre exhaustive payante: «La première étape est de réduire la piraterie.» Pour lui, tant que les internautes auront le choix «entre un petit disque payant et l'équivalent gratuit d'un Virgin», les offres commerciales n'ont aucune chance. Il préfère du coup réclamer, avec une bonne partie de l'industrie, un filtrage des sites comme Kazaa (lire encadré). Bref, en attendant que tout ce petit monde s'entende, les internautes désireux de musique sur le Net n'ont qu'une alternative: l'abstinence ou le piratage ●

FLORENT LATRIVE

(1) Sollicité pour cet article, Sony France n'a pas donné suite.

## Les fournisseurs d'accès pointés

L'industrie du disque s'est trouvée ces derniers temps une nouvelle cible : les fournisseurs d'accès à l'Internet (FAI). «Ils se foutent de savoir si ce qui passe dans leurs tuyaux est licite ou illicite», dit Hervé Rony du syndicat de l'édition phonographique. Depuis plusieurs semaines, l'industrie réclame le «filtrage national» des systèmes d'échange comme Kazaa en appelant au gouvernement pour forcer les FAI à agir. En septembre, Tiscali et Wanadoo étaient mis sur la sellette : le premier pour un accord publicitaire avec Kazaa (aujourd'hui caduc) et le second pour assurer la promotion de son service à haut débit en vantant la musique en ligne, largement gratuite aujourd'hui. Des reproches peu appréciés par les FAI. «On ne peut pas nous incriminer pour ce que font les utilisateurs», dit Bernard Tani, de Wanadoo.

«C'est du ressort de la police et de la justice», complète Marie-Christine Levet, PDG de Club-Internet. Ils assurent aussi que le filtrage est *techniquement impossible*. Et rappellent qu'ils sont «dans le même bateau que l'industrie du disque» selon Marie-Christine Levet en signant des partenariats avec des systèmes de distribution de musique payante, les FAI touchent en effet un pourcentage sur les ventes. Club-Internet et Noos se sont ainsi associés à E-Compil (Universal). Wanadoo avec OD2, et Tiscali avec les deux. De plus l'accès à des services comme Kazaa leur coûte cher : les internautes qui passent leur temps à s'échanger de la musique voire des films, consomment beaucoup de bande passante : donc de place dans les tuyaux.

F L