

Le fondateur du label de disques Naïve s'exprime sur l'effondrement du marché: «Ne pas réduire la crise du CD aux pirates»

L'effondrement de 9 % des ventes de disques en France au premier semestre a mis fin à l'exception française, qui voyait le marché local résister pendant que les ventes plongeaient depuis deux ans partout ailleurs dans le monde. Pour l'industrie, les systèmes d'échanges gratuits de musique à la Kazaa, et la piraterie en général, sont les principaux responsables de cette crise (*Libération* du 6 septembre). A la tête de l'Union des producteurs français indépendants (UPFI), Patrick Zelnik est aussi le fondateur du label indépendant Naïve. Depuis plusieurs années, il s'oppose à la concentration importante du secteur de la musique où les cinq majors (Universal, Sony, BMG, Warner et EMI) trustent 80 % du marché. Son analyse est un peu différente.

Que pensez-vous de l'attitude des majors qui s'attaquent aux utilisateurs des systèmes de téléchargement aux États-Unis?

Je suis solidaire de la lutte contre la piraterie, je suis producteur de musique et je n'ai pas d'opinion différente des majors dans ce domaine. Mais je ne suis pas d'accord sur la méthode. S'en prendre directement à des gens qui téléchargent sur l'Internet n'est vraiment pas la bonne solution, il faut d'abord comprendre leurs motivations. Si la méthode utilisée pour lutter contre la piraterie, c'est la même que celle pour faire la guerre en Irak, je ne suis pas d'accord. En plus, c'est comme la prohibition, c'est inefficace. Ce n'est pas en mettant un gendarme derrière chaque internaute qu'on va résoudre le problème.

La piraterie est-elle la cause de la crise du disque?

Dire que la piraterie est un fléau: oui. C'est une concurrence déloyale pour ceux qui vendent des disques de manière légale. Mais on ne peut pas réduire la crise du disque à la piraterie. Il s'agit d'abord d'une crise de l'offre, pas de la demande: la musique est une pratique culturelle qui se développe. L'offre s'est appauvrie et la cause essentielle, c'est la concentration, celle des maisons de disques, des médias, des magasins. La concentration et la standardisation ré-

duisent le choix des consommateurs et la diversité.

Le prix élevé du CD n'aurait pas d'impact?

Le prix, c'est un faux débat, j'ai toujours le sentiment d'acheter trop cher un mauvais titre. Un bon disque, c'est quand on n'a pas le sentiment qu'il y a du remplissage, et qu'on a envie de le réécouter. On prend les gens pour des imbéciles. L'offre est de moins en moins séduisante, de moins en moins riche et diversifiée. Ça peut encourager la piraterie. S'il n'y a que trois bons titres dans un album, autant aller les chercher sur l'Internet.

Que pensez-vous du nombre croissant de CD protégés contre la copie qui sont parfois illisibles sur les ordinateurs ou dont les chansons ne peuvent être transférées sur un baladeur numérique...

C'est un sujet délicat. Lors d'un show case du groupe Muse, des jeunes de 12-13 ans sont venus me féliciter: «C'est sympa de pas protéger les disques, on est content parce qu'on peut l'écouter sur notre ordinateur.» Au dé-

part, il était question de protéger le disque de Muse. D'un côté, ça m'arrangerait, j'en vendrais plus. D'un autre, passer comme ça d'un extrême – où tous les usages avec un disque sont possibles – à l'autre – où tout est interdit – n'est pas une approche très subtile. Il ne faut pas que des interdictions. La richesse du numérique et de l'Internet, c'est l'interactivité et le multimédia. Il faut aussi offrir aux consommateurs des choses ludiques ou qui vont dans le sens de la liberté.

Quelles solutions préconisez-vous pour sortir de cette crise de l'offre?

Il faut se demander quelles sont les conditions de cette fameuse diversité culturelle, dont tous se réclament aujourd'hui. Il faut réguler la publicité à la télévision, créer l'égalité des chances au niveau de l'accès au marché. J'étais favorable au prix unique du disque, comme il y a un prix unique du livre. Il reste 3000 libraires, l'édition est artisanale, alors que le disque est devenu industriel, c'est fondamental comme distinction. L'Etat doit intervenir au niveau de la cul-

ture, c'est une économie fragile, et la régulation et le droit de la concurrence peuvent permettre aux petits

projets d'accéder au marché, de lutter contre les positions dominantes. La France est assez timide. Quand on a réussi à bloquer la fusion EMI-Warner au niveau européen en 2000, à l'époque, les gens du ministère de la Culture disaient qu'on n'aurait aucune chance ●

Recueilli par FLORENT LATRIVE

Etats-Unis: le lobby du disque attaque

Cette semaine, 261 actions en justice ont été lancées.

New York

de notre correspondant

Le 9 septembre dernier, Brianna LaHara, 12 ans, faisait la grimace en première page du *New York Post*. «En procès pour avoir volé de la musique sur le Web», titrait le tabloïd, avec son traditionnel sens de la nuance. Le lendemain, la mère de la jeune fille annonçait qu'elle avait trouvé un accord avec la RIAA, l'association qui représente l'industrie de la musique aux Etats-Unis, et qu'elle paierait 2000 dollars d'amende. «Je suis désolée pour ce que j'ai fait», déclarait alors la jeune New-Yorkaise, j'aime la musique, et je n'avais pas l'intention de nuire aux artistes.»

«Violation». Après avoir fait part de ses intentions durant l'été, la RIAA (Record Industry Association of America) a donc mis ses menaces à exécution: elle a annoncé cette se-

maine avoir intenté 261 actions en justice contre les internautes qui copient et échangent gratuitement de la musique sur le Net. Tous se voyant accusés «de violations sur les droits d'auteur». «Nous n'avions pas forcément envie d'en arriver là, a commenté le président de la RIAA, mais, quand vous êtes la victime directe d'une activité illégale, vient un moment où il faut faire quelque chose.»

La décision de la RIAA a aussitôt déclenché un tollé dans le monde de l'Internet, relançant tout le débat sur le droit ou

non à la musique gratuite dans l'espace virtuel. La mesure n'est que la dernière en date prise par l'industrie de la musique américaine, qui, après avoir obtenu la fermeture de Napster, mène aujourd'hui plusieurs actions parallèles en justice contre les derniers sites

de musique gratuite, comme Kazaa, Grokster ou Gnutella. Il s'agit pour les majors d'enrayer la chute des ventes de CD, frappée de plein fouet par la diffusion de la musique en ligne gratuite depuis la fin des années 90. La production de CD, par exemple, est en chute de plus de 26 % depuis 1999. Et les profits réalisés par les grandes compagnies de disque ont diminué de 14 % sur la même période.

«Alternatives». Selon tous les experts toutefois, la RIAA «prend le problème à l'envers» en s'attaquant aux amateurs de musique. «L'industrie ferait mieux d'essayer d'offrir des alternatives sur l'Internet pour ceux qui veulent y trouver des chansons ou de comprendre pourquoi tant de gens vont chercher leur musique dans l'espace virtuel», a estimé Wendy Seltzer, de l'Electric Frontier Foundation, une organisation qui défend la liberté sur le Web.

L'une des solutions préconisées

par la RIAA serait de trouver des accords avec les sites musicaux, afin de faire payer l'accès à la musique. L'un des services mis en place par Apple par exemple, qui permet d'acheter une chanson pour 99 cents, connaît un véritable succès depuis quelques mois. Une autre possibilité pour les professionnels serait de réduire les prix des CD qui se vendent plus de 15 dollars aux Etats-Unis, un tarif jugé prohibitif par tous les jeunes Américains. Universal Music a d'ailleurs ouvert le pas en annonçant la réduction de ses prix il y a dix jours. Selon son porte-parole, la RIAA est ouverte à toutes les «suggestions». Et souligne que tous les «pirates» qui se font connaître et s'engagent à abandonner leurs «pratiques illégales» n'auront rien à craindre de la justice et échapperont à des amendes qui pourraient atteindre plusieurs centaines de milliers de dollars ●

FABRICE ROUSSELOT