

L'ordre nouveau de l'industrie musicale

Les chiffres sont en baisse, sauf pour le streaming. Google et Apple attaquent Spotify, Deezer et les majors du disque.

En France comme aux États-Unis, les chiffres de l'industrie musicale pour 2014 donnent à voir une courbe en berne, la même qu'en 2013, 2012, 2011, ... Les ventes de disques s'étiolent (-11 % en France et -14 % aux États-Unis par rapport à 2013) tout comme les téléchargements (-9 % en France et -11 % aux États-Unis). Globalement, le chiffre d'affaires du secteur musical a baissé de 5,3 % en France, à 570 millions d'euros. Pourtant, le milieu reste serein, car l'avenir a un nom : le *streaming*.

Si les ventes physiques constituent encore la majeure partie du gâteau musical (aux alentours de 70 %), le *streaming*, ou écoute en ligne, poursuit sa belle ascension : ses revenus ont augmenté de 34 % en France et de 54 % aux États-Unis. Pour la première fois depuis le lancement du modèle il y a sept ans, sa part dépasse celle des téléchargements (en baisse), permettant ainsi au marché numérique de progresser. En clair, « nous assistons à une restructuration du marché autour du streaming », estime Guillaume Leblanc, délégué général du SNEP (syndicat français de l'édition phonographique).

Or, l'avènement du *streaming* est aussi celui de nouveaux acteurs dans l'industrie musicale, qui prennent position aux côtés des majors du disque. Et ces acteurs, tout le monde les connaît...

Quand on parle de *streaming*, on a tendance à réduire la discussion autour des quelques nouvelles sociétés apparues il y a sept ou huit ans comme Spotify, Deezer ou Qobuz. Mais le plus important site de streaming n'est autre que... YouTube. Avec un milliard d'utilisateurs, il dépasse

de loin les 50 millions d'utilisateurs de Spotify (dont 12,5 millions payants). Le site de vidéos en ligne s'apprête d'ailleurs à lancer sa plateforme d'écoute en ligne payante, MusicKeys, afin de concurrencer plus directement encore Spotify et Deezer. Car chacun se lance désormais dans le *streaming*. Chacun ? Google (propriétaire de YouTube), Apple, Amazon, ... Ce sont eux les nouveaux acteurs de l'industrie musicale : les entreprises de télécom et du web, ces nouveaux géants qui ont compris que dans un secteur secoué depuis quinze ans, il y avait de quoi se faire une place. Le *streaming* est l'avenir du disque ? Dont acte.

Petit résumé de la situation : aux côtés des - désormais - traditionnels Spotify, Deezer, Qobuz se positionnent Google avec YouTube et donc, MusicKeys ; Apple qui, face à l'essoufflement d'iTunes et des téléchargements (qui avaient chamboulé une première fois l'industrie du disque), a racheté Beats pour 2,2 milliards d'euros en mai 2014 ; le géant de la vente en ligne Amazon a lancé Prime Music aux États-Unis ; tandis que Microsoft a son Xbox Music. Entre autres acteurs.

Bien sûr, il ne suffit pas d'être la propriété d'une grosse structure pour que le succès soit au rendez-vous. Les résultats sont d'ailleurs jusqu'à présent variables. En tout cas, Spotify et Deezer tiennent toujours le haut du pavé. Mais la question est ailleurs : cela sonne-t-il la fin du règne des majors du disque ? Et bien... Loin s'en faut ! Car les majors ont un trésor : leur catalogue.

« Certes, les majors semblent

avoir perdu une partie de leur monopole de distribution au profit des industries de service comme Apple, explique Vincent Rouzé du Centre d'études sur les médias et les technologies à Paris 8, mais elles demeurent néanmoins celles qui contrôlent la majorité des catalogues, négocient leurs diverses exploitations et leur valorisation commerciale ». En clair, les majors ont

droit de vie ou de mort sur les nouveaux sites de *streaming*. Par exemple, Universal a refusé tout contrat d'exploitation avec Prime Music d'Amazon, ce qui rend l'outil quasi inutile. Plus contraignant encore, selon plusieurs sources, les trois majors (Universal, Sony-BMG, Warner) détiendraient 20 % de Spotify grâce aux contrats d'exploitation passés avec l'entreprise suédoise lors de son lancement et auraient l'intention de revendre le leader mondial de service de *streaming* au plus offrant.

Le résultat des courses ? Alors qu'on pouvait penser qu'internet allait démocratiser le secteur musical, c'est tout le contraire qui se passe : « Aujourd'hui organisée sur le mode dit de l'oligopole à franges - où les labels indépendants jouent le rôle de vivier et les majors assurent l'édition et la distribution - cette logique monopolistique reste dominante ». Tout au plus, certains acteurs issus de la télécommunication et d'internet se sont insérés au tableau quand d'autres ont disparu (EMI, BMG qui a été englobé dans Sony), poussant les labels indépendants à se regrouper en masse au sein de la structure Merlin pour défendre leurs intérêts face aux nouvelles majors que sont Google et Apple. ■

DIDIER ZACHARIE