

Pourquoi le marché de la musique PLONGE EN BELGIQUE

▶ -20 % de revenus en 2014. Non, la crise de l'industrie musicale n'est pas finie. Surtout chez nous, où la partition digitale sonne particulièrement faux...

▶ Il n'y a plus lieu d'être prudent dans le choix des mots : le marché de la musique, en Belgique, tire carrément la tronche.

Le premier chiffre qui étaye la constatation, tiré du rapport annuel de la BEA (Belgian Entertainment Association) est purement financier : par rapport à 2013, loin d'être une année folichonne, en 2014, les revenus dégagés par la vente de musique (physique ou digitale) ont chuté de... 19 %. De 130 millions d'euros en 2013, notre Royaume a chuté à 104 millions en 2014.

Même courbe descendante en termes d'unités écoulées : que ce soit en CD (albums, single), vinyles, ou téléchargements digitaux légaux, seuls 14 millions de contenus musicaux ont été acquis au dernier millésime, pour près de 18 millions un an plus tôt.

À L'AUTOPSIE, les constatations sont d'autant plus douloureuses. Aussi passéiste que cela puisse sembler pour certains, le secteur physique (vente de CD's et vinyles, en version boîte) reste la locomotive qui tire les ventes, avec plus de 65 % de part de marché. Mais le bémol, c'est qu'il accuse un ressac d'ampleur : les ventes de CD's ont dégringolé à -30 % pour les albums (4,6 millions de galettes vendues) et à -40 % pour les singles (10.000 unités, autant dire que ce format est mort).

L'éclaircie dans la grisaille nous vient du format vinyle, toujours porté par une délicieuse hype vintage : désormais soutenu par la distribution de masse, où on l'a vu y investir des rayons longtemps marqués par son absence, le 33 tours progresse à +19,5 % par rapport à 2013. Il s'est vendu 150.000 vinyles (15 fois plus que les singles) en Belgique en 2014, soit 20.000 unités de plus qu'en 2013. On est encore loin de l'en-

gouement rétro anglo-saxon, mais c'est toujours ça de pris...

C'EST QUE, CONTRAIREMENT à d'autres marchés, en Belgique, les revenus du marché digital de la musique sont bien trop faiblards pour prendre le relais d'un marché physique qui s'érode, logiquement, au fil des ans. Pis encore, dans l'anachronisme : le segment digital est carrément en recul de 3,3 % entre 2013 et 2014 !

Le téléchargement d'albums encaisse un uppercut de -10,6 % dans les dents, quand le *track download* (téléchargement de morceaux à l'unité) perd lui plus de 15 % de terrain...

Vu la recrudescence mondiale des services de streaming type Spotify ou Deezer, cette baisse pourrait sembler normale, structurelle. Sauf que chez nous, comparativement aux autres territoires, le streaming musical par Internet progresse à pas feutrés : seulement 11 % de progression en un an, pour même pas 17 millions de revenus directs dans les caisses de l'industrie. C'est trop lent, trop light, pour rattraper la perte de terrain dont peut être taxée la vente de CD's...

Oh, l'on peut bien invoquer diverses raisons, pour justifier cette contre-performance globale, de notre secteur de la musique. Le conservatisme technologique belge, l'après-Stromae difficile à gérer, la faillite de poids lourds du secteur, type Free Record Shop ou MMS (le distributeur Multi Media Services). L'on peut aussi faire l'autruche autocentrée sur sa communauté linguistique, en se contentant du fait que dans le top 10 des albums vendus en 2014, la chanson française case huit artistes, dont deux Belges (Stromae, n°1; et Suarez, 10°).

LA RÉALITÉ, c'est surtout que le marché va mal, très mal. Et ne cesse d'attendre que le digital légal carbure enfin au régime escompté... Il est temps !

Alexis Carantonis

SPOTIFY, DEEZER & CIE : bientôt la fin de la gratuité ?

▣ Les majors poussent de plus en plus pour éradiquer la gratuité de l'écoute musicale...

► Jusqu'ici, si vous êtes disposé à voir vos oreilles polluées de quelques pubs audio de temps en temps et que la compression de vos chansons préférées en MP3 vous suffit (un sacrilège, pour les mélomanes !), il vous est tout à fait possible d'accéder à un catalogue musical riche de millions de titres sans dépenser le moindre cent.

Le titan du secteur du streaming musical, Spotify, mais également ses concurrents directs (comme Deezer) le permettent. Spotify, par exemple, a recruté 60 millions d'abonnés.

Parmi eux, un quart payent pour faire fi de la pub et des limitations.

L'INDUSTRIE MUSICALE, frondeuse, semble décidée : c'est trop peu. Tirée par la titanessime major Universal, qui entraîne d'autres maisons de disques dans son sillage, elle est en phase de lobbying intense auprès des services de streaming pour leur faire abandonner leur offre gratuite.

Dans son argumentaire, elle case les revenus (reversés aux artistes) très contestés issus de ces plateformes (Thom

Yorke et Taylor Swift ne sont que les artistes les plus célèbres qui s'opposent au modèle de rémunération de Spotify, jugé rikiki), mais aussi le fait que la musique ne devrait pas être gratuite, ce qui déplace la question sur un plan plus idéologique.

Tout cela alors que Jay-Z

vient de lancer, avec le soutien de best-sellers de l'industrie, un nouveau service de streaming (Tidal) qui n'est accessible que si l'on paye pour (9,99 \$ min.).

Tout cela, enfin, alors qu'on s'attend à ce qu'Apple fasse quelque chose de Beats Music, chèrement acquis à Dr Dre l'an dernier, en lançant son Spotify maison, sans doute uniquement payant également.

RESTE À VOIR si le but - remplir les caisses d'une in-

dustrie toujours à la peine - sera atteint, où si la solu-

tion de repli malicieuse - le téléchargement illégal - ne connaîtra pas, soudain, un nouvel apogée...

A.Ca.

TOP 10

... des albums les plus vendus en Belgique en 2014 (physique + digital)

- 1 Stromae - Racine Carrée.
- 2 Indila - Mini World.
- 3 Calogero - Les feux d'artifice.
- 4 Florent Pagny - Vieillir avec toi.
- 5 Les Enfoirés - Bon Anniversaire.
- 6 Coldplay - Ghost Stories.
- 7 Pink Floyd - The Endless River.
- 8 Alain Souchon et Laurent Voulzy - Album

éponyme.

- 9 Johnny Hallyday - Rester Vivant.
- 10 Suarez - En équilibre.