



Selon les chiffres de l'industrie musicale belge pour 2015, le vinyle est, avec le streaming, le seul support musical en hausse. Une reprise à long terme ?

La tendance est désormais confirmée : à l'ère du numérique, le vinyle fait bien mieux que résister, il est de retour, grappillant chaque année des parts de marché d'une industrie musicale qui se tourne vers le numérique, mais reste assis les fesses bien au chaud sur le disque physique. Or, si le CD est toujours dominant, sa chute est constante. Et le futur se dessine avec le streaming... et le vinyle.

Quelques chiffres. Le secteur musical belge a vu sa plus belle embellie depuis quinze ans avec une augmentation des revenus de 5 %. Une augmentation que l'on doit aux abonnements streaming et aux ventes de vinyles,

lesquelles s'élèvent à 200.000 unités (contre 150.000 en 2014 et 46.000 il y a cinq ans) et compensent les pertes du CD. Le mouvement est encore plus marqué ailleurs, notamment aux États-Unis et en Angleterre, pays qui a connu ses meilleures ventes de galettes noires depuis l'ère *britpop* il y a vingt ans (1,3 million d'unités vendues).

« Le vinyle augmente à une allure impressionnante, près de 50 % par an, nous confiait Olivier Maeterlinck de BEA Music (qui regroupe les professionnels du secteur). C'est toujours un marché de niche, mais on arrive à plus de quatre millions d'euros

sur l'année, ce n'est plus négligeable. » 4,36 millions d'euros, pour être précis. Ce qui permet au vinyle de passer de 3 à 4 % de parts du marché musical belge. C'est à la fois très peu et beaucoup. Surtout si on considère que ces chiffres ne prennent pas en compte les ventes en seconde main.

Ce retour du vinyle est perceptible à l'œil nu. Dans les rayons des grandes chaînes de mégastores qui ont survécu à la crise comme la Fnac qui a récemment doublé son espace vinyles, tout comme dans ceux des disquaires indépendants qui ne juraient que par le CD il y a dix ans, étaient donnés pour morts et renaissent aujourd'hui partout en

Europe. Des foires aux vinyles ont lieu chaque semaine, certaines modestes, d'autres gigantesques, comme à Utrecht. Mais les plus gros vendeurs de vinyles au monde sont tout autres : il s'agit du site de vente en ligne Amazon et... du magasin de fringues Urban Outfitters.

En clair, le vinyle est à la mode. Cette mode du *vintage* qui sévit dans d'autres secteurs. Ce qui pose question : le retour du vinyle s'inscrit-il réellement dans le long terme où va-t-on assister à un retour de *hype* d'ici cinq à dix ans ? Car il y a plusieurs pro-

blèmes en vue qui pourraient mettre un frein à cette belle santé du microsillon.

1 La production. A l'heure actuelle, la demande est telle que la production ne suit pas. On a pu le constater, par exemple, avec le dernier David Bowie en début d'année dont le vinyle était épuisé quelques jours après l'annonce de sa mort et en attente de fabrication pendant plusieurs semaines. C'est que les usines de pressage sont rares. Ainsi, l'entreprise française MPO, leader européen du secteur, a presque doublé sa production en cinq ans, passant de 3,7 millions d'unités en 2010 à près de 6 millions en 2015. Après avoir fermé les unes après les autres durant les années 90 et 2000, ces usines rouvrent aujourd'hui, mais au compte-gouttes.

2 Les sorties. Tandis que de petits labels spécialisés dans le vinyle voient le jour et sortent des perles nouvelles ou oubliées, les gros labels voient surtout dans ce retour en grâce de la galette noire de quoi boucher les trous créés par la chute de ventes de CD. C'est ainsi qu'ils sortent et ressortent tout... et bien souvent n'importe quoi. Le Record Store Day, événement créé (avec succès) en 2008 pour venir en

aide aux petits disquaires et qui n'est pas innocent dans le *reboot* du vinyle, est aujourd'hui devenu une foire aux sorties peu justifiées et bien souvent inutiles. Mais, comme toujours, tant que la demande est là...

3 Les prix. Des galettes à 30 euros, voire 35... ça commence à devenir la norme. C'est que la production coûte cher, assènent les majors. Difficile de faire de la marge sur les ventes de vinyles. Sauf que c'est faux. Pour la réédition du disque de Marie & Les Garçons, le magazine devenu label Gonzai a déboursé 2,86 euros l'unité pour une commande de 1.000 exemplaires. Valérian Meunier, chanteur de Moaning Cities, va dans ce sens : « On touche la moitié du prix de vente. » Alors pourquoi un vinyle à 30 euros ? N'y a-t-il pas ici un risque de dégoûter le fan qui achète encore des disques ? Que le disque devienne objet de luxe ?

Le retour du vinyle est ancré pour quelques années. Comme le dit le disquaire Sister Ray à Londres : « On est tranquille pour cinq ans. » Mais qui sait si, au-delà, à défaut de réponse adéquate aux questions posées, le microsillon ne sera pas détrôné par la bonne vieille cassette audio... ■

DIDIER ZACHARIE

RECORDS**Les plus vendus
aux Etats-Unis
entre 2010 et 2015**

- 1. The Beatles**, « Abbey Road » (172.000 exemplaires)
- 2. Mumford & Sons**, « Sigh No More » (110.000)
- 3. Bon Iver**, « For Emma, Forever Ago » (102.000)
- 4. Jack White**, « Lazaretto » (94.000)
- 5. Arctic Monkeys**, « AM » (89.000)
- 6. Pink Floyd**, « Dark Side of the Moon » (87.000)
- 7. Bob Marley & The Wailers**, « Legend » (83.000)
- 8. Lana Del Rey**, « Born To Die » (81.000)
- 9. Miles Davies**, « Kind of Blue » (75.000)
- 10. The Black Keys**, « Brothers » (75.000)

**Les plus vendus
en Angleterre
en 2015**

- 1. Adele**, « 25 »
- 2. Amy Winehouse**, « Back To Black »
- 3. The Stone Roses**, « The Stone Roses »
- 4. Ed Sheeran**, « X »
- 5. Various** « Guardians of the Galaxy soundtrack »
- 6. Arctic Monkeys**, « AM »
- 7. Royal Blood**, « Royal Blood »
- 8. Pink Floyd**, « Dark Side of the Moon »