

Comment la nostalgie prend le pouvoir

MUSIQUE Les disques de catalogue sont plus vendus que les nouveautés aux Etats-Unis

► Les « classiques » ont supplanté les nouveautés en termes de vente en 2015. ► C'est une première !

Les chiffres du nouveau rapport Nielsen concernant le marché de la musique en 2015 sont tombés il y a quelques jours. S'ils sont centrés sur le marché américain, ils n'en sont pas moins éloquentes. Pour la première fois dans l'histoire, les nouveautés sont dépassées en termes de vente par ce qu'on appelle les albums de catalogue : soit tout album commercialisé il y a plus de 18 mois. Cela vaut pour *Abbey Road*, des Beatles. Pour l'intégrale de Gainsbourg,

qu'Universal propose à petit prix à partir de vendredi (70 €). Mais aussi... pour *Racine carrée*, de Stromae.

Il n'empêche : pour la première fois dans l'histoire du marché américain de la musique, et ce malgré la vente exceptionnelle du dernier album d'Adele (25 s'est vendu à 7,4 millions d'exemplaires, durant les six dernières semaines de 2015), le passé fait davantage recette que le présent. Sur un peu plus de 240 millions d'exemplaires d'albums vendus (CD ou digital), 122,8 millions ont été des albums de catalogue, pour 118,5 millions de « nouveautés ». Par ordre de comparaison, il y a dix ans, les nouveautés distancaient la musique de catalogue de près de 150 millions d'albums. C'est dans leur version physique, bien plus que digitale, que l'on constate surtout une préférence chez le consommateur pour la musique de catalogue. On pense au CD. Et désormais aussi au vinyle, actuellement en plein boom : les ventes de 2015 sont en

augmentation de 30 %, par rapport à celles de 2014. Or, les acheteurs de vinyle sont souvent des mélomanes avertis, qui iront plus facilement vers l'achat d'un classique (*The dark side of the moon*, des Pink Floyd) que vers celui d'une nouveauté.

Si ces statistiques doivent être relativisées, dans la mesure où elles ne prennent pas en compte le streaming, elles n'en constatent pas moins une évolution, constante depuis quelques années, et qui célèbre la culture de la nostalgie. ■

NICOLAS CROUSSE

phénomène Une génération toujours plus tournée vers le passé

Cette fois-ci, ce n'est plus le billet d'humeur ou les élucubrations d'un chroniqueur en mal d'inspiration. Les chiffres du nouveau rapport Nielsen confirment et consacrent même la prise de pouvoir culturelle de ce qu'on pourrait appeler la « génération nostalgie ».

Rarement une époque se sera, autant que la nôtre, tournée vers le passé. En tentant sans doute d'y trouver une forme de réconfort affectif, sinon de consolation au mal de vivre contemporain.

Il faut distinguer parmi les adeptes de la nostalgie, ceux qui, tel le romancier Modiano, y ont recours afin de regretter avec douceur/douleur le temps de leur jeunesse, qui peu à peu s'efface. Et ceux, à l'image d'Eric Zemmour, dont le fonds de commerce défend l'idée que le monde d'aujourd'hui serait un désastre... et que de toute façon, « c'était mieux avant ». Modiano et Zemmour, deux auteurs

qui ont conquis un public nombreux en cultivant cette nostalgie, ce n'est pas tout à fait le même combat. Et cela démontre qu'il y a plusieurs raisons à chercher, dans l'explication du passéisme culturel.

La raison la plus souvent invoquée pointe le contexte de crise de notre époque. Une époque anxieuse, violemment dépucelée avec le siècle nouveau par les attentats du 11-Septembre. Frappée par le krach boursier de septembre 2008. Et aujourd'hui traumatisée par la crise des migrants, le terrorisme djihadiste ou les menaces pesant sur l'avenir écologique de la planète.

A l'heure où le présent ne semble déboucher que sur une addition d'angoisses profondes, le recours à la nostalgie apparaît du coup comme un refuge, doux comme le cocon maternel du nouveau-né.

Le retour du vinyle

La génération « c'était mieux avant » qui, chez nous, se branche musicalement sur Radio Nostalgie ou Classic 21, s'alimente à des sources différentes.

Le regret des Trente Glorieuses (1945-1973), marquées par la prospérité et l'explosion d'une société de consommation insouciant, a aujourd'hui la vie belle. Pour s'en convaincre, il suffit d'évoquer les figures de Louis de Funès, Charles de Gaulle, Jacques Tati, Brassens, Eddy Merckx, les Beatles, le mo-

teur de la DS, le toit ouvrant de la 2 CV ou la carrosserie de la Bardot.

La nostalgie de l'âge d'or du rock n'est pas en reste. Les albums des Pink Floyd (*The dark side of the moon* en tête), des Beatles (*Abbey Road*) et de feu David Bowie font aujourd'hui le bonheur du vinyle... qui revient à la mode.

Il y a ceux qui pleurent le temps des rires et des chants des années Casimir ; ceux qui dansent en bégayant depuis 30 ans sur la mu-

sique des années 80 ; ceux qui partent en croisière sur l'air d'Âge tendre et tête de bois. Ceux qui se ruent sur les rééditions des monstres sacrés de la chanson, des best of et autres albums hommages adressés par la nouvelle gé-

nération aux bons vieux Goldman, Renaud, Aznavour...

Les récents attentats de *Charlie Hebdo* ont réveillé la nostalgie d'une société libertaire, impertinente et hédoniste. Celle du temps de *Hara Kiri*, *Charlie Hebdo* (celui

de Reiser et des assassinés), Mai 68, Alexandre le bienheureux, Coluche... Ou Desproges, qui disait : « *La nostalgie, c'est comme les coups de soleil : ça fait pas mal pendant, ça fait mal le soir.* » ■

N.Ce.

L'EXPERT

« Le catalogue est énorme »

Arnaud Rey, expert chez Universal sur la musique de catalogue, est optimiste sur l'évolution du marché.

« Mon sentiment, c'est que depuis deux ans, l'industrie va mieux. A un moment, on avait atteint une sorte de fond. Or, maintenant, vu les nouvelles façons de consommer, le streaming, vinyle, on est sur une bonne voie, et pour le catalogue et pour les nouveautés. »

Le boom du vinyle accompagne la bonne santé des albums de catalogue ?

Je vends beaucoup plus de vinyles en catalogue, oui. C'est un produit qui est devenu super sexy. Ma théorie, c'est qu'à la différence du CD, c'est incopiable. Mais à côté de ça, je vends moins de CD... à part les éditions de luxe, qui sont devenues très accessibles au niveau des prix et qui partent bien.

Le catalogue représente une part de plus en plus grande de ce que les gens écoutent. Comment l'expliquer ?

On pense qu'après 18 mois, un album fait partie du catalogue. Si vous voulez écouter Adele, vous allez facilement tomber dans une playlist sur la chanson du James Bond, « Skyfall ». Et c'est considéré comme du catalogue. Tout comme « Racine carrée », de Stromae. Le catalogue est énorme, et va bien au-delà des grosses machines telles que les Beatles, les Stones, Abba ou Queen. Et depuis le début d'année, le catalogue Bowie s'est bien vendu.

Le consommateur belge se distingue-t-il de ses voisins ?

Le Belge est un acquéreur. Il va racheter des choses qu'il a eues il y a longtemps. On dit qu'il a une brique dans le ventre. De la même façon, il aime encore bien toucher du vinyle. A un moment où dans d'autres pays c'était un peu la cata, nous, on arrivait encore à faire des gros scores avec, par exemple, des anniversaires d'Abba.

N. CE.