

Le secteur musical en a fini avec la crise

L'industrie de la musique présente ses meilleurs chiffres depuis dix ans et est aujourd'hui en accord avec la réalité internet. Mais elle a dû se réorganiser en profondeur.

L

Lucian Grainge, le patron d'Universal Music Group, est tout sourire. Lui qui craignait heurs et malheurs depuis l'avènement du mp3, qui regardait encore tout récemment Spotify et son modèle de streaming « freemium » avec doute et suspicion, est entré en 2016 avec le pas léger de celui qui a traversé la tempête. Avec des revenus dépassant les 5 milliards de dollars, ce qui équivaut à une croissance de 12 % en un an, Universal (la plus grosse des majors de la musique) a en effet présenté ses meilleurs chiffres en dix ans. De quoi lui donner son plus beau sourire...

Les nouvelles sont également positives du côté des collègues-concurrents Warner et Sony. De

même chez nous, la croissance de près de 5 % offre au secteur musical son meilleur score depuis quinze ans. Aux États-Unis, l'embellie était de retour dès 2014. Et selon les projections du cabinet d'étude Ovum, le bénéfice opérationnel des labels devrait globalement progresser de 23 % d'ici à 2020.

Est-ce à dire que la crise est finie ? Quitte à s'avancer, disons-le tambour battant : oui ! Mais cela n'a pas été sans une refonte en profondeur de l'industrie

musicale. « Avant, on faisait des concerts pour vendre des CD. Aujourd'hui, c'est l'inverse, on fait des CD pour vendre des tickets de concert », explique Olivier Maeterlinck, directeur général de la Belgian Entertainment Association (qui regroupe les professionnels belges du secteur).

Les maisons de disques l'ont bien compris, qui ont développé le contrat à 360° devenu la norme ces dernières années et qui leur permet désormais de toucher un pourcentage sur les cachets concerts de leurs artistes. « Il y a quinze ans, il n'y avait quasiment que la vente de CD qui rapportait, continue Olivier Maeterlinck. Aujourd'hui, nous sommes dans une ère multiformats avec le vinyle, le streaming, les téléchargements, les DVD. » Ainsi que le live, le merchandising et les droits de synchronisation (quand une chanson est utilisée dans une pub, un film ou une série télé, une source de revenus souvent oubliée dans l'économie musicale, mais qui est en pleine santé).

Pour autant, la restructuration du secteur est toujours en cours. Et pose toujours des questions quant à son avenir.

1 Le CD est-il mort ? C'est Kanye West qui le dit, donc... En fait, non. Enfin, pas encore. En Belgique, où le consommateur est assez conservateur, le CD compte encore pour 57 % du gâteau musical. C'est plus ou moins la même fourchette qu'en France, un peu moins qu'en Allemagne. Mais la chute conti-

nue, même si de moins en moins rapide. Aux États-Unis, les formats physiques ne comptent plus que pour 30 % des revenus de la musique enregistrée. C'est encore moins en Scandinavie. Le cabinet d'étude Ovum projette que les ventes physiques vont continuer de diminuer de 42 % jusqu'en 2020. Si bien que d'ici cinq à dix ans, on devrait voir un retournement du rapport 30-70 en faveur du numérique.

2 Le vinyle va-t-il remplacer le CD ? Pas sûr. L'attrait pour

le disque noir est réel (+50 % chaque année, 4 % de parts de marché en Belgique, un peu plus au niveau mondial), mais il fait face à une sous-capacité de production : il y a pénurie d'usines de presse qui ont toutes (ou presque) fermé à la fin des années 80. Si bien qu'aujourd'hui, la production ne suit pas la demande. Mais de là à investir dans des capacités de production qui risquent de dépasser la demande du marché d'ici quelques années, ce n'est pas l'ambition des labels. « On a sans doute déjà atteint le plafond », prédit Olivier Maeterlinck.

3 Le streaming détourne-t-il du CD ? C'était la grande inquiétude des labels depuis quinze ans. Les téléchargements, puis le streaming, seraient la cause de tous les maux du disque. Aujourd'hui, revirement du côté des pontes du secteur musical. En fait, c'est tout le contraire : le streaming pousse à l'achat ! « Une étude

scandinave a rendu compte que le streaming stimule le vinyle et le CD. Les gens découvrent la musique sur les plates-formes streaming, et quand ils aiment vraiment, ils achètent le disque. Le streaming a donc des effets positifs sur les autres formats. » Ainsi donc, le streaming ne remplace pas, il s'ajoute aux autres offres musicales. Quant au modèle « freemium » à la Spotify (gratuit avec pub ou payant), longtemps décrié, il prouve son efficacité. En 2014, Spotify comptait 10 millions d'abonnés pour 40 millions d'utilisateurs. Un an plus tard, il passait à 20 millions pour 75 millions. Le modèle est donc efficace, le gratuit poussant à l'abonnement. Le streaming, loin d'avoir atteint son plafond, va continuer à grandir et devrait logiquement s'imposer comme le modèle majoritaire d'ici quelques années. Sans pour autant tout tuer sur son passage.

4 Le live va-t-il supplanter la musique enregistrée ? Non. Car si le rapport de force entre les deux s'est inversé, un groupe aura toujours besoin d'un album pour tourner. C'est sa carte de visite pour trouver des concerts et se faire connaître. Ce sur quoi il sera d'abord jugé. La musique enregistrée reste donc primordiale et elle s'écoute aujourd'hui sur de multiples supports qui se complètent, en plus de se vivre en live et de s'étaler en tant qu'image sur des T-shirts et autres artefacts. Le secteur musical joue enfin en mesure avec internet. Lucian Grainge peut continuer de sourire. ■

DIIDIER ZACHARIE

Le marché belge de 2005 à 2015

LE SOIR - 19.03.16
source : BEA Music

