

Les concerts sont l'avenir de la musique

La Sabam a mené une enquête sur la valeur de la musique. Tout ça pour plaider en faveur d'une plus juste rémunération pour les auteurs.

● **Marc UYTTERHAEGHE**

Quelle est la valeur de la musique aujourd'hui ? C'est la question que s'est posée la Sabam (Société belge des auteurs, compositeurs et éditeurs), alors que le streaming et le téléchargement (souvent gratuits) ont le vent en poupe et que les revenus des auteurs-compositeurs-interprètes ont fondu drastiquement ces dernières années. « Nous sommes passés de 30 millions de revenus en 2002 à moins de 8 millions en 2015, note Jérôme Van Win, directeur communication et marketing de la Sabam. Ce chiffre n'est compensé qu'à hauteur de 2 500 000 € par les droits perçus sur la vente de musique en ligne. »

1. Le marché glisse vers la musique live

La Sabam constate que la culture musicale aujourd'hui tend à évoluer vers une économie de l'expérience (concerts, festivals...) et que l'écroulement des

supports physiques se poursuit. Et ce même si le budget consacré aux CD est toujours largement supérieur à celui consacré à la musique en ligne. Le Belge préfère d'abord dépenser de l'argent pour son abonnement internet (27,66 €/mois), puis pour des concerts (21,14€/mois) et des séances de cinéma (11,94 €/mois). L'achat de musique via des CD, (10,33 €/mois), des téléchargements (3,48 €/mois) et abonnements de streaming (1,94 €/mois) arrive en bout de course. « La possession et/ou l'achat de musique est moins recherché que l'expérience musicale unique et de qualité, et les Belges sont prêts à payer pour la vivre, avance Jérôme Van Win. Cette tendance se vérifie aussi dans notre rapport annuel 2015 : le nombre de concerts a augmenté (+ 4 %) de même que la vente de tickets. Il en a résulté une hausse de 18 % des droits d'auteurs perçus. »

2. 76 % des Belges attachent de la valeur à la musique

Trois quarts des Belges estiment qu'il est important de rémunérer les artistes musicaux, mais seuls quatre sur dix (39 %) sont prêts à mettre la main au portefeuille pour de la musique. L'étude démontre aussi que la valeur de la musique n'est pas qu'économique. Elle a aussi une valeur

ajoutée émotionnelle et sociale. Le Belge en écoute 3,66 h par jour. Les Belges apprécient aussi la musique dans les lieux publics (78 %) et 71 % disent préférer avoir de la musique sur leur lieu de travail.

3. 74 % des Belges trouvent logique que les auteurs soient rémunérés

Et six Belges sur 10 (57 %) trouvent qu'il est légitime que des entreprises ou commerces qui diffusent de la musique paient une redevance à cet effet. L'enquête démontre que la musique a une valeur ajoutée pour le commerce et que les consommateurs sont prêts à payer un peu plus dans un établissement qui en diffuse. De quoi contrer l'affirmation du tiers des patrons d'établissement Horeca qui ne diffusent pas de musique qui dit que les droits demandés sont trop chers. « En augmentant le prix de la bière de 10 centimes, ils augmentent leur chiffre d'affaires de plusieurs milliers d'euros. Or, les droits demandés pour un établissement de 100 m² s'élèvent à 600 € hors TVA... », conclut Jérôme Van Win. ■

► L'étude a donc été menée par le bureau d'étude Profacts auprès de 1015 répondants représentatifs de la population belge.

Streaming : revoir les rémunérations

Comment compenser la perte de droits engendrée par la chute des ventes de supports physiques au profit de consommation de musique sur le net (streaming ou téléchargement) ? La Sabam demande plus de clarté de la loi européenne. «*Actuellement, la directive européenne sur l'e-commerce rend les fournisseurs de service irresponsables pour le contenu déposé par un tiers sur leur plateforme, ce qui les incite à penser qu'ils ne doivent rien payer. Or, le fait qu'ils soient irresponsables juridiquement ne doit pas les dispenser de payer une rémunération lorsqu'ils placent de la publicité sur un contenu protégé par le droit d'auteur, puisque cela génère un*

revenu. Nous voulons que cette notion d'irresponsabilité disparaisse ou, à tout le moins, soit aménagée », note Jérôme Van Win, directeur communication et marketing de la Sabam. La position est la même pour les plateformes de streaming. «*Le business model du streaming ne nous convient plus. Quand elles sont arrivées sur le marché voici cinq ou six ans, elles brandissaient l'argument de faire disparaître le marché illégal. Cela s'est vérifié au début. Mais maintenant que les choses vont de mieux en mieux pour ces plateformes, il est temps que l'on renégocie correctement les rémunérations afin qu'elles soient plus en phase avec la réalité économique actuelle.*» **M.U.**