

L'été en séries

L'électrochoc
numérique
ne m'a pas tué

Le CD (1/6)

25 ans de révolution numérique

Une révolution en cours d'accélération

S'il est des procédés que les moins de vingt ans ne peuvent pas connaître (le temps passe, M^r Aznavour) en raison de la révolution numérique qui les a poussés dans les oubliettes de l'histoire, bien d'autres métiers et produits sont susceptibles de subir une modification fondamentale dans les années, les mois, et peut-être les jours à venir. Nous reprendrons, pour mémoire, quelques-unes des révolutions achevées ou en cours au fil de cette série d'été. Après la fin programmée du CD, nous évoquerons celle du magnétoscope, de la photographie argentique, des services postaux classiques, de la téléphonie et... de la presse.

Ça se passe près de chez vous!

L'informatisation des procédures, l'intégration des réseaux de communication, la remise à plat des métiers existants par de petits génies technologiques, se voient au quotidien. Les voitures futuristes conduites par des robots, telles que les avaient imaginées l'écrivain de science-fiction Philip K. Dick ⁽¹⁾ roulent déjà un peu partout dans le monde. On imagine pour demain des routes peuplées de voitures autonomes, partagées, utilisées de manière plus rationnelle que celles qui

dorment pour l'essentiel de leur vie, garées dans les rues des villes. On sait aussi – on le voit déjà avec l'irruption d'Uber dans le domaine du transport de personnes – que les changements que subira le secteur seront lourds de conséquences sociales. Il est donc urgent de se repositionner en fonction de ce contexte versatile en s'inspirant des exemples du passé récent, en renforçant ses compétences pour conserver une valeur sur un marché de l'emploi où un robot vaudra toujours plus qu'un humain aux yeux d'un employeur, en termes de productivité et de compétitivité. La *"digitalisation des entreprises, c'est maintenant que ça se passe"*, nous expliquait récemment Patrick Van Deven, le patron de SAP Belux. Pour ce pa-

tron d'entreprise, les entreprises y voient un enjeu de compétitivité crucial. C'est s'adapter au numérique ou disparaître à terme! La mécanique d'échange d'informations automatisée entre robots va tuer des industries, des emplois et des intermédiaires commerciaux. Il y a donc là une situation dont les décideurs politiques représentant les citoyens doivent tenir compte pour créer un enseignement permettant aux humains de conserver un rôle utile dans la société des machines pensantes.

P.V.C.

→ (1) Dans le livre *"Do Androids Dream of Electric Sheep?"* plus connu pour son adaptation cinématographique *"Blade Runner"* par le réalisateur Ridley Scott.

40

ANNÉES NUMÉRIQUES

Depuis 1980, il y a eu les ordinateurs personnels, Internet et les smartphones. Tout a changé!

- Le virage numérique, ou révolution "digitale", est en pleine accélération.

- Certains secteurs de l'industrie ont déjà intégré cette nouvelle donne, ou y ont laissé leur peau.

- L'industrie de la musique a, elle aussi, été forcée de changer une nouvelle fois ses habitudes, et de faire une croix sur le CD.

Épinglé

La musique digitale se vend de mieux en mieux

Découvertes et achats. Le streaming musical – l'écoute en ligne – gratuit (financé par la publicité), désormais encadré par quelques ténors comme Apple Music, Spotify, Deezer, Tidal ou Qobuz, offre une expérience nouvelle aux amateurs. La musique qu'ils écoutent génère des listes adaptées à leurs goûts, ce qui leur permet de découvrir des nouveautés, puis de les acheter en ligne ou sur CD, pour bénéficier notamment d'une qualité d'écoute optimale (certains opérateurs vendent des fichiers musicaux dont la qualité est supérieure à celle du CD). Pour ce qui concerne la Belgique, selon les chiffres du secteur représenté par BEA Music, c'est particulièrement clair : en 2015, le marché belge a connu une croissance de 5% des ventes. La musique en streaming a crû de 44%, le CD a représenté 57% des ventes (à des prix tenant compte du support physique), et les vinyles ont renforcé leur positionnement de niche avec 4% des ventes. Qu'on ne s'y trompe pas : ces 5% de hausse des ventes globales sont significatifs d'un retournement de tendance fondamentale après 15 années consécutives de baisse des ventes. **P.V.C.**

Quand l'industrie du CD est... décédée, la musique a pris un nouveau départ

Il faut remonter un peu dans le temps, en septembre 1994, précisément, pour retrouver la trace d'un événement dont beaucoup de Bruxellois se souviennent : l'ouverture en grande pompe du Virgin Megastore, place de la Monnaie, au sein des Galeries Anspach. L'espace de 2000 m², regorgeant de lumières et de la couleur rouge caractéristique du groupe de Richard Branson, "le" modèle des entrepreneurs de l'époque, est aussi bruyant qu'une boîte de nuit. Et c'est nouveau dans la capitale. Après avoir franchi un escalier monumental, on émerge dans un décor très chaud, on y trouve des CD par milliers, des cassettes vidéo (dont nous reparlerons au fil de cette série), du matériel hi-fi et informatique.

Un marché qui explose

Dès le premier jour d'ouverture, c'est "the place to be", au cœur de Bruxelles, au point de réveiller toutes les enseignes avoisinantes. Les clients sortent du vaste magasin en portant des sacs plastiques rouge vif, attirant de cette manière les badauds en visite dans la capitale. Le marché est porteur : à un jet de disque (en polycarbonate) de là, un autre acteur du monde des loisirs a pris pied dans le bâtiment de la Gaieté, une ancienne salle de théâtre et de concerts. C'est un groupe néerlandais, Free Record Shop, qui joue dans le même registre que Virgin mais en visant un public plus intéressé

par des prix cassés. Les CD se vendent comme des petits pains et offrent aux distributeurs des marges confortables.

Un réseau qui s'impose

Un an plus tôt, en 1993, les geeks de l'époque découvraient un autre courant porteur : l'Internet. L'ouverture du "réseau des réseaux" au grand public allait rapidement changer la donne pour une série d'industries, dont la musique distribuée sous forme de supports physiques. Les amateurs d'informatique découvrent en effet rapidement à cette époque que les CD musicaux sont lisibles par les lecteurs de CD informatiques. Et qu'il est très confortable de piloter ces disques au départ de l'ordinateur sur lequel ils travaillent ou ils jouent. Les plus pointus de ces utilisateurs découvrent qu'il est possible de "ripper" leurs CD pour disposer de la musique directement sur le disque dur de leur ordinateur sans devoir changer de "plaque". Dans la foulée, il est devenu possible de copier ces CD rippés et de les transférer en ligne.

Napster et la boîte de Pandore

En 1999, l'industrie musicale découvre que des bricoleurs informatiques ont mis sur place un logiciel, Napster, dit "peer-to-peer" ou "P2P", mettant en lien des ordinateurs distants et leur permettant d'échanger des morceaux de musique "rippés", sous forme de petits morceaux disséminés sur différentes machines, mais qui se réconcilient

pour reformer des morceaux de musique utilisables. Pour éviter de consommer trop de bande passante, ces morceaux sont compressés par un algorithme sous forme de fichiers MP3 (MPEG Audio Layer 3) qui supprime les fréquences les moins audibles (et qui diminue donc la qualité du son).

En dix ans, cette technologie va envahir les ordinateurs des particuliers et pratiquement tuer le support CD et les chaînes de distribution... dont les Virgin Megastores qui ont quasiment tous disparu dans le monde, après avoir changé de mains au bon moment (il est fort, ce Richard Branson !).

Mégastores virtuels

Le monde de la musique a changé. Mais ce qui a changé pour le particulier, c'est le mode de distribution de la musique. Avec un premier acteur sérieux dans la course, dès 2003, lorsque le groupe Apple a lancé son magasin de musique en ligne baptisé iTunes. Gros avantage de ce système légal : la possibilité d'acheter des morceaux "à la pièce" pour un euro, alors que les CD en reprenaient plusieurs et coûtaient donc plus cher (entre 15 et 20 euros pour 10 morceaux). D'autres acteurs ont suivi, pour aller progressivement vers l'écoute en ligne, le streaming, qui permet d'accé-

der à une méga-collection de musique à peu près partout et sur n'importe quel appareil connecté. Evidemment, ici, on n'est plus réellement propriétaire des morceaux. Une étape délicate pour des

générations de collectionneurs de disques? Oui, mais c'est sans doute l'avenir de l'industrie musicale. C'est que, dans ces mégastores virtuels, on peut avoir accès à bien plus de musique que dans le plus grands des défunts magasins du groupe Virgin dont le succès était lié à une offre élargie. Et puis, si la numérisation s'est faite dans un premier temps au détriment de la qualité, d'autres formats plus qualitatifs que le MP3, comme le Flac, permettent d'égaliser et même de surpasser la qualité des CD. De ce point de vue, finalement, le client sort gagnant de cet incroyable virage numérique.

Et il n'est le seul gagnant: les analyses de marché montrent qu'aujourd'hui, les amateurs de musique dépensent finalement plus d'argent qu'auparavant pour écouter leurs artistes préférés. Enfin, les nostalgiques du son analogique ne sont pas oubliés: si le goût pour le vintage ne concerne pas le CD, qui reste le mal aimé de cette décennie, des supports comme le 33 t vinyle ou la cassette audio survivent et sont en train de recréer un nouveau marché de niche.

Patrick Van Campenhout

**En dix ans,
le MP3
va envahir
les ordinateurs
des
particuliers et
pratiquement
tuer le support
CD
et les chaînes
de distribution
physiques.**