

La bonne note de l'industrie musicale belge

Dopées par le streaming et un format CD qui fait de la résistance, les ventes ont fait un bond spectaculaire de 7 % en 2016. Mieux encore, profitant du revival du vinyle, plusieurs disquaires de proximité ont ouvert leurs portes en Fédération Wallonie-Bruxelles. Impensable il y a quelques années encore. - Texte : Luc Lorfèvre -

Les experts peuvent revoir une fois de plus leur copie. Et dans ce cas, c'est une excellente nouvelle. Publiés par la Belgian Entertainment Association (BEA), la fédération chapeautant l'industrie belge du divertissement, les chiffres de l'exercice de 2016 démentent en effet tous les scénarios catastrophe écrits ces dernières années sur le marché de la musique. Non, ce secteur n'est pas en crise. Oui, il est en perpétuelle mutation. Non, le CD et le vinyle ne sont pas morts. Ils représentent encore 54 % du marché global. Oui, le piratage est enrayé. Oui, la formule du streaming, pourtant décriée à ses débuts, est salutaire pour les artistes et s'impose plus que jamais comme le modèle économique du futur. Après une décennie de disette, les ventes totales de musique en Belgique ont enregistré une croissance de près de 7 % (6,9 %) en 2016. Les consommateurs belges ont consacré 117,88 millions d'euros pour l'achat de la musique. C'est une hausse de 7,5 millions d'euros par rapport à l'exercice 2015. On doit principalement cette augmentation à l'explosion de l'écoute en streaming payant (+ 64,3 %). Via ce support digital et moyennant un abonnement mensuel, le mélomane peut écouter quand il veut et tout ce qu'il veut sur des plateformes virtuelles telles Spotify, Deezer ou Apple Music. La part du marché de la musique en ligne est

aujourd'hui de 46 % en Belgique, en comparaison des 37 % de l'an dernier. Proportionnellement, c'est plus qu'en France et en Allemagne, mais encore loin derrière les pays scandinaves. La BEA constate également que dans ce marché digital, les recettes de téléchargements ont diminué de 13 %. Par téléchargement, on entend →

→ l'achat d'une chanson dont on devient "propriétaire" après l'avoir téléchargée sur un site de vente en ligne officiel (iTunes, Amazon...) sur son smartphone ou sur son laptop.

Le CD fait de la résistance

"Nous nous réjouissons de l'essor du streaming légal", souligne Alexander De Croo, ministre de l'Agenda numérique et des Télécom. "La Belgique est dotée d'un Internet mobile performant. L'importance de la musique en streaming pour les artistes et l'industrie de la musique ne fera qu'augmenter dans les prochaines années. De nombreux amateurs de musique qui téléchargeaient illégalement des chansons auparavant sont de plus en plus tentés par une formule légale d'abonnement sur une plateforme qui leur permet d'avoir un choix illimité mais aussi un confort d'écoute optimale."

Pour Olivier Maeterlinck, directeur général de la BEA, le pic de la musique en streaming payant est encore loin d'être atteint en Belgique. *"En Suède, 86 % de la musique achetée légalement vient du streaming. Nous en sommes à 46 %. Mais c'est vrai que Spotify est une plateforme d'origine suédoise où elle a été lancée en 2007. Elle n'est arrivée chez nous qu'en 2011. Aux Pays-Bas où le streaming est bien plus important quantitativement que chez nous, tous les grands opérateurs téléphoniques proposent des formules "all in one" ("abonnement tout en un" pour téléphonie, Internet, Spotify) qui facilitent la consommation de musique digitale. Mais je suis optimiste pour les prochaines années. La marge de progression du streaming est encore énorme chez nous et se fera au détriment du téléchargement."*

Et les bons vieux supports physiques? En Belgique, ils font plus que de la résistance. Au total, les recettes des ventes de CD et de disques vinyles sont toujours supérieures au chiffre d'affaires des ventes digitales (voir infographie). Quoi qu'en pensent certains, le CD reste le format le plus important en termes de rentabilité pour le secteur, avec une part de marché de

"L'essor du vinyle est un miracle pour l'industrie musicale belge."

47 %. Près de quatre millions d'albums en CD ont été vendus en 2016. C'est tout de même 500.000 unités de moins qu'en 2015. Désormais prudents, les experts prévoient une baisse progressive du volume mais n'osent plus, comme ils le font depuis plusieurs années, parier sur la mort du CD, dont la qualité de "rendu sonore" largement supérieure au streaming reste toujours un argument de vente.

Le miracle du vinyle

Le vinyle, lui, poursuit son improbable essor. Pour la 9^e année consécutive, les ventes de 33 tours ont augmenté en 2016 (+ 35,9 %). *"La part du marché du vinyle est de 5 %, soit un chiffre d'affaires de près de six millions d'euros. Ce n'est pas marginal, c'est plus qu'une bouée d'air frais pour les artistes et les labels"*, analyse Olivier Maeterlinck qui parle même de "miracle" pour le secteur. *"Le vinyle, c'est un peu comme le Barça après son match aller contre le PSG. Tout le monde pense que c'est fini. Et vous avez vu ce qui s'est passé au match retour..."*

Contrairement à une idée préconçue, le choix du support ne dépend pas seulement de l'âge du mélomane. Le genre musical a aussi son influence. Au petit jeu de *"dis-moi ce que tu aimes, je te dirai comment tu l'écoutes"*, on peut distinguer quelques "familles". *"Les fans de hip-hop et d'électro sont à fond dans le digital. C'est leur culture, leur génération"*, explique Arnaud Rey, product manager chez Universal Music, maison de disques qui gère notamment le catalogue de

U2, Drake, Mylène Farmer ou encore de Stromae. *"Le public qui écoute du "classic rock" ou de la pop indie privilégie le format CD et le vinyle. Pour "Blue & Lonesome", le dernier album des Rolling Stones paru en décembre dernier, 90 % des ventes ont été physiques contre seulement 10 % en téléchargement. Nous sommes dans le même ratio pour des groupes comme U2 ou Metallica. Les amateurs de jazz ou de musique classique, peu importe leur âge, ne téléchargent pas. Ils se tournent vers le support physique. Enfin, les fans, qu'ils adulent Kendji Girac, Mylène Farmer ou The Cure, achètent et achèteront encore du CD, voire du vinyle. Ils découvrent les nouvelles chansons sur YouTube de leur artiste préféré mais souhaitent ensuite acquérir l'"objet" pour enrichir leur collection."*

Le cas YouTube

Reste le cas YouTube. Plateforme de streaming (non payante) déguisée, ce site d'hébergement de contenus audiovisuels est devenu incontournable. *"Dans la tranche des 13-25 ans, c'est le média numéro 1, loin devant la radio, pour découvrir de la musique"*, rappelle Olivier Maeterlinck. Pour les artistes, c'est une arme à double tranchant. Une star de type Stromae peut y gagner de l'argent parce que ses vidéos y sont visionnables après une brève annonce publicitaire. Pour un jeune talent, YouTube est un outil de promotion non négligeable, mais il ne rapporte rien financièrement. *"La Belgique doit revoir le contexte législatif et considérer YouTube pour ce qu'il est réellement: un éditeur de contenu musical comme le sont Deezer ou Spotify, avec tout ce que cela implique comme rémunération équitable pour l'artiste et comme obligations en matière de droits d'auteur"*, souhaite Olivier Maeterlinck. ✖

Cinq disquaires "près de chez vous"

Bruxelles - Dust Dealers

Enseigne spécialisée dans le microsillon jazz, soul ou funk, Dust Dealers fait la place belle aux musiques façonnées sur d'autres continents. Lancée par un collectionneur de vinyles, cette épicerie fine offre une sélection de choix et un accueil sans pareil. Ici, le café est offert par le patron et on peut s'affaler dans un sofa pour écouter Solange ou Miles Davis.

Rue Vanderschrick 22. www.dustdealers.com

Waterloo - Pèle-Mêle

Une adresse très courue. Les collectionneurs de tout le pays y font la file le jour du Record Store Day. Les CD en seconde main ne coûtent rien et le départe-

ment vinyles (neufs ou pas) est impressionnant. Un "Kiss Alive" usé y côtoie les nouvelles rééditions des soundtracks d'Ennio Morricone ou de Lalo Schiffrin. Des vendeurs connaisseurs et souriants.

Rue François Libert 19a. www.pele-mele.be/waterloo

Liège - Livre aux trésors

Une librairie comme son nom l'indique mais qui a un impressionnant département vinyles et CD (réalisé en partie par Éric, le bassiste de Hollywood Porn Stars). Si vous cherchez le dernier 33 tours de Soldout en vinyle rouge, c'est ici qu'il faut entrer.

Place Xavier Neujean 27. www.livreauxtresors.be

Namur - Lido Music

Une institution. On peut y acheter des tickets de concerts, le dernier Saule ou une réédition vinyle live de Bowie. Chose rare pour le souligner, on y trouve encore pas mal de DVD musicaux.

Rue des Croisiers 45. www.lidomusic.be

Mons - Alive Records

À deux pas du piétonnier montois, chez Alive Records, le mélomane est roi. CD ou vinyle, neuf et d'occasion, l'objet physique demeure au cœur d'une passion qui s'affirme dans des genres variés: jazz, folk, chanson, métal, électro ou rock indie.

Passage du Centre 50-52

www.facebook.com/aliverecordsmons/

LE REVIVAL DE LA K7 AUDIO

A elle seule ou presque, la chaîne américaine de vêtements et accessoires Urban Outfitters (400 enseignes dans le monde, dont deux en Belgique) a amorcé le retour en grâce de la bonne vieille cassette audio. Depuis deux ans, Urban Outfitters vend en effet à son public de hipsters des Walkman au design modern ainsi que des K7 (25 €) d'artistes nouveaux ou anciens: Public Enemy, Prince mais aussi Jack White et Justin Bieber. Selon l'institut Nielsen, les ventes mondiales de K7 ont explosé en 2016 (+ 74 %). Un chiffre à nuancer puisque ça ne représente encore que 129.000 cassettes audio. Mais la hype ne fait que commencer. Sony Music, Disney et Universal ont passé commande de ce support à la National Audio Company, la seule entreprise qui n'a jamais cessé de produire des K7. Plusieurs artistes, dont les Belges Cocaine Piss, proposent leur album en K7 à la sortie des concerts. Et ça marche. Les experts y voient la même tendance rétrofuturiste qui contribue au revival du Polaroid chez les ados.