

Nouvel ordre musical, mode d'emploi

MUSIQUE L'industrie du disque retrouve de beaux jours grâce au streaming

► Spotify et compagnie sont sortis vainqueurs du big bang internet et de la crise du secteur musical.

► Mais des questions demeurent quant à ce nouveau modèle de consommation.

► Le streaming est-il favorable à tous ?

La crise est passée, les chiffres sont de nouveau positifs : plus 7 % en Belgique, autant au niveau mondial. Les meilleurs chiffres depuis vingt ans. L'industrie musicale a été la première à se prendre le nouveau monde de plein fouet, sans comprendre, sans savoir comment réagir. Le monde internet avec ses fichiers numériques et sa musique dématérialisée. Aujourd'hui, un nouveau modèle s'est imposé, qui lui a permis de sortir de la tempête et commence à porter ses fruits : le streaming.

Dix ans après le lancement de Deezer et la création de Spotify, le streaming (ou écoute en ligne) s'impose donc comme la nouvelle norme pour écouter de la musique. Mais le système, en constant développement, est encore mal connu et pose toujours de nombreuses questions. Nous avons tenté d'y répondre.

1 Comment ça marche ? Une discothèque de plusieurs millions de titres dans la poche contre 10 euros par mois ? On peut difficilement faire plus démocratique. Il y a aussi une offre famille pour 5 euros par mois et, en ce qui concerne Spotify et Deezer, une offre gratuite contre de la vilaine pub. Mais l'abonnement vous permet de télécharger vos titres préférés sur votre smartphone et de faire vos propres playlists à écouter à tout instant. La playlist, c'est bien le nouveau mode d'écoute qui fonctionne avec le streaming. Le format album est bien là, mais comme une re-

lique du passé. Désormais, l'enjeu pour un artiste ou un label est de se retrouver sur une *playlist* fomentée par le service même (Spotify, Apple Music ont des équipes spécialement destinées à cette tâche, la *playlist* du réveil matin, la *playlist* du brunch du dimanche, la *playlist* des nuits d'été...) ou par un utilisateur qui la partagera sur la Toile. En soi, Spotify fonctionne un peu comme une radio 2.0.

2 Quel est le bon modèle ?

C'est la question qui fait débat. Le modèle *freemium* (une offre gratuite cohabitant avec une offre payante) à la Spotify n'étant pas suffisamment rentable pour les maisons de disques, celles-ci ont obtenu du leader du marché du streaming

d'accepter que certains albums particulièrement attendus soient disponibles uniquement pour leurs abonnés durant deux semaines. Jusqu'ici, Spotify s'y était toujours refusé, considérant le tout payant contre-productif. Consensus a donc été trouvé entre le tout payant et le tout gratuit. Selon Damien Waselle, directeur de [PIAS] Belgique : « En tant que labels, on est tous pour le premium parce que c'est plus intéressant financièrement. Et Spotify aussi commence à avoir besoin de gagner de l'argent. La question est désormais de savoir si le streaming payant est suffisamment dans les mentalités pour que cela soit accepté par les gens. » L'évolution vers le tout payant se fait donc pas à pas.

3 Combien ça paye ? C'est le nerf de la guerre. Pas assez ! Certains artistes vont jusqu'à hurler au vol ! La vérité est plus nuancée.

« Proportionnellement, tu gagnes moins avec le streaming qu'avec une vente de disque », nous explique Anthony Consiglio de Back In The Dayz qui représente des artistes hip-hop. « On ne peut pas comparer un disque vendu avec un stream. Ça n'a pas de sens, dit pour sa part Damien Waselle.

Pour moi, un stream, c'est comme un passage radio qui va être valorisé. » Des ratios (aux calculs assez complexes) ont été mis au point qui définissent que X milliers de streams équivalent à X ventes d'albums. Pour l'heure, les revenus issus du streaming sont moindres, presque moitié moindre, proportionnellement aux ventes de disques, mais ils ne peuvent qu'augmenter avec le développement du marché.

Quant à la redistribution des revenus par les labels aux artistes, sa logique est la même que pour une vente CD : « Nos contrats sont lisibles, explique Damien Waselle. Il y a les revenus physiques et les revenus digitaux sur base de 0,005 euro par stream - mais ça varie selon le modèle d'abonnement. Après, on redistribue le pourcentage dû à l'artiste selon le type de contrat et ce qui a été négocié. » Et artistes et labels sont d'accord pour dire que l'ennemi n'est pas à chercher du côté de Spotify ou d'Apple Music ni des majors du disque. L'ennemi, le gros problème, c'est YouTube. Anthony Consiglio : « Spotify, c'est moins rentable qu'une vente de disque physique. Mais la vue YouTube, elle nous tue. »

4 Avantages et désavantages ?

Le streaming ouvre à de nouveaux territoires qui étaient impossibles à atteindre avec une simple distribution physique. Damien Waselle : « Par exemple, Grandgeorge. À un moment donné, il y a plein de playlists en Espagne qui contenaient sa chanson, si bien qu'on a eu de super bons chiffres en Espagne et au Portugal alors qu'avant, jamais on aurait sorti le disque là-bas. Des territoires immenses comme l'Amérique latine ou la Russie s'ouvrent, et c'est grâce au streaming. »

Le problème qui peut se poser, au-delà du manque de revenus, « c'est la surpuissance de l'algorithme qui fait que tu restes dans ta bulle ». Aussi, si

Spotify est aujourd'hui un partenaire des maisons de disques, il pourrait se transformer en concurrent. On le voit aux Etats-Unis avec les stars qui se passent allègrement des labels.

« La question, c'est dans quelle mesure le développement du streaming ne va-t-il pas pousser les vendeurs de disques à s'arrêter. Parce qu'ils sont pris entre deux étaux : l'étau du digital et l'étau d'Amazon. Je ne suis pas devin, mais je ne serais pas surpris que dans cinq à dix ans, le marché du disque se résume au streaming, à des magasins de vinyles de niche et Amazon. »

En conclusion, si le nouveau monde s'est imposé dans le milieu de la musique, « nous sommes toujours en reconstruction et on ne sait pas vraiment comment les choses vont évoluer. Ce qu'il y a eu au début des années 2000, c'est comme un big bang et on est seulement en train de remettre de l'ordre dans tout ça. Mais les choses bougent vite. Les plateformes de streaming sont passées de 40 à 100 millions d'abonnés en un an, c'est gigantesque ! Il va y avoir des batailles, des négociations, le paysage va encore bouger. » Mais une chose est sûre : « Plus le streaming va se développer, plus les artistes seront mieux payés. » ■

DIIDIER ZACHARIE

REVENUS

Combien gagne un artiste via le streaming ?

Spotify reverse en moyenne 0,005 euro par stream (chiffre qui varie selon les modèles d'abonnements) De ces 0,005 euro, voici la somme moyenne reversée par le producteur de l'œuvre aux artistes, selon les différents contrats :

- pour un contrat en distribution : 0,00375 euro (75 %)
- pour un contrat en licence : 0,001 euro (20 %)
- pour un contrat artiste : 0,0005 euro (10 %)