

Archives des commentaires sur le Débat Public

Musique et Numérique : la carte de l'innovation

28 juin 2006

<http://musique.fing.org>

1 - Quelles sont les attentes des amateurs de musique ?

Qu'attendent aujourd'hui les amateurs de musique ? Comment expriment-ils leurs goûts et vivent-ils leurs passions ? En quoi les attentes, les pratiques ont changé ces dernières années ?

Commentaires

1 -

par **Anonyme**, le Lundi 19 Juin 2006, 15:59

Aujourd'hui, le public est la recherche d'une « expérience musicale » un espace dans lequel il trouve une relation continue avec la musique. On n'achète plus uniquement de la musique, mais de l'interactivité. Des technologies comme [Opendisc](#) permettent non seulement d'avoir accès au contenu musical classique d'un CD, mais aussi d'accéder par l'internet à des contenus multimédia, des vidéos, des interviews, etc. On se retrouve plus proche de l'artiste.

D'après l'étude Ufc-Que Choisir, (qui porte sur les pratiques de copiage des internautes en France) les principaux motifs déclarés sur le pourquoi les personnes copient et échangent des CD sont :

- le prix jugé trop élevé des originaux
- l'envie de découvrir de nouveaux artistes
- les nouvelles possibilités d'usages offertes par le numérique

2 - Un musicien dans chaque être

par **Killbee-Ecouter**, le Mardi 20 Juin 2006, 10:38

"Qu'attendent aujourd'hui les amateurs de musique ?"

- Trouver rapidement et gratuitement ou au meilleur prix la musique recherchée.

"En quoi les attentes, les pratiques ont changé ces dernières années ?"

- Avec d'un côté le "star academisme" et de l'autre l'accès à la musique par le téléchargement sur internet, le bouleversement est profond. Oublions le modèle que nous connaissons et si je ne m'abuse, nous sommes ici justement pour tenter de clarifier la situation.

Comment faire tenir dans notre modèle réducteur les nouvelles pratiques. Ne pas oublier qu'aujourd'hui, un musicien seul chez lui peut très bien produire un concerto pour cinquante instruments et le diffuser sur internet. Si certains pensent que la création musicale se vulgarise, on peut ajouter aussi que la créativité va exploser tout comme la diffusion. La musique, c'est de la dynamique.

Dans chaque être il y a un musicien qui peut maintenant s'exprimer beaucoup plus facilement qu'avant. La base de notre réflexion doit prendre en compte ce facteur déterminant.

3 - libérez la culture

par [Fulgore](#), le Mardi 20 Juin 2006, 14:02

Ah tiens, voilà une question simple pour commencer mon arrivé dans ce débat. :)

Qu'attendent aujourd'hui les amateurs de musique ?

- Une offre de choix, toute la musique qui se fait peut intéresser chacun de nous. Laisser libre court à l'imagination, on en a marre de la musique formatée, des artistes de la star'Ac produit à la chaîne etc...

- Une tarif plus attractif. Un bon prix serait entre 6 et 8 euro l'album.

- Savoir où va mon argent. Je n'achète pas sur itunes&co car 1) la musique a des DRM, je ne peux pas faire ce que j'en veux 2) je ne sais pas où va mon argent. Donner 20% de mes sous à l'Etat et 70% à tout un tas d'intermédiaire ne me satisfait pas.

- Arrêtez de passer en boucle à la radio ou TV les mêmes titres et même clips. C'est du bourrage de crâne, qui me dégoûte plus qu'autre chose.

- Pas de DRM. La musique que j'achète, je veux la garder, je ne veux pas qu'elle me file entre les doigts dans 1 semaines, 1 mois ou X années.

- Je veux également qu'on nous laisse les moyens de partager ses goûts musicaux avec ses proches et avec ceux qui partagent les mêmes goûts que moi. C'est aussi un moyen de connaître de nouveaux groupes et de s'ouvrir à de nouveaux styles.

- Le vrai amateur a soif de musique, et est prêt à ouvrir ses oreilles à tous les artistes qu'il peut rencontrer. Je pense donc qu'au moins l'écoute intégrale doit être gratuite, l'achat permettrait de bénéficier d'une version de meilleure qualité avec des services ou accessoires supplémentaire. L'internaute peut donc découvrir sans se ruiner toute la culture qu'il veut, et acheter les titres de ses artistes préférés que tout fan se doit avoir :)

J'espère n'avoir rien oublié
à bientôt

4 - Simple : pouvoir écouter de la musique, et pas la consommer

par [Youki](#), le Mardi 20 Juin 2006, 14:06

Lorsque l'on sait qu'un artiste des USA entre dans la musique à l'âge canonique de 16 ans maximum, et ce sur des critères physiques irréprochables, idem en France, où l'âge max est de 23 ans, et que l'expérience et l'inspiration d'un artiste vient de son vécu, l'on comprend pourquoi la qualité de la filière musicale s'est littéralement dégradée ces derniers temps.

Les majors accusent le P2P sans aucune preuve afin d'expliquer leurs pertes.

Mais c'est un faux semblant. Le problème ne vient pas de là.

L'industrie musicale a fait 2 erreurs très graves dans sa politique de gestion :

- **S'allier à la TV** : Ce qui provoque la création de "Stars jetables" au bout d'un an, que l'on essaye de nous fourguer chaque année au travers d'émissions TV de plus en plus ridicules

- **Promouvoir les interprètes plutôt que les artistes**

Ce qui provoque une nette désacralisation des stars qui ne sont plus adulées comme autrefois pour leur inspiration et leur sens poétique

Cette industrialisation, cette création d'une musique de consommation, qui nous oblige, via matraquage publicitaire, à acheter de plus en plus, a finit par exaspérer le consommateur qui s'est alors tourné vers le P2P.

Il faut aussi noter un 3ème problème : **La désastreuse politique des majors.**

Voyant de leurs sous leur échappaient, les majors n'ont pas cherché à voir le fond du problème (cf les 2 points ci-dessus), ils ont raisonnés en bons imbéciles et mauvais parents qu'ils sont, cad par la répression.

Mais il y a un problème :

=> Depuis 3 ans, 10 millions d'internautes sont habitués à télécharger des formats interopérables et compatibles gratuitement.

Les majors débarquent avec des formats incompatibles et payants, et ils sont assez cons pour croire

que ça va marcher au seul nom de la sacro sainte légalité ?

Ce problème continue en ce moment avec les apparitions des plates formes de VOD et MOD, des plates formes qui n'ont absolument **aucun avenir** à côté du P2P, et qui montrent déjà leur faible rendement (voir Movelink).

Ces 2 problèmes, conjugués au 3ème, font simplement que les majors sont eux-mêmes responsables de leur malheur, simplement parce qu'ils ont tué leur propre poule aux oeufs d'or, ils sont entrain de couler par la seule faute de leur cupidité sans limite.

Si vous avez des actions dans Universal music, etc. ou autre majors de la musique, un bon conseil, vendez-les tout de suite avant d'avoir trop perdu, ça ne remontera pas.

Quant à nous, nous écoutons déjà de la **VRAIE** musique avec le plus grand plaisir grâce au P2P, nos attentes sont plainement comblées et à des prix accessibles (lol), mais c'est gentil de vous en soucier.

(vraie musique : cad pas de la musique récente, l'interopérabilité existe depuis longtemps pour nous, les DRMs n'existent pas pour nous, et c'est très bien comme cela)

5 - De la diversité

par **Roho JM**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:16

Est-ce que ce ne serait pas tout simplement de la diversité : la possibilité de découvrir de nouveaux artistes, d'anciens groupes oubliés, des musiciens locaux, des courants musicaux inédits. A mon sens, chaque utilisateur reste ouvert à une multitude de musiques différentes.

Malheureusement, une certaine logique économique (qu'on pourrait bien évidemment élargir au delà du commerce de la musique) a tendance à réduire cette diversité de l'offre et se concentre autour des mêmes artistes. Les majors du disque ont réduit le nombre de contrats signés avec de nouveaux artistes, les médias mettent en avant une poignée d'artistes, les chaînes musicales diffusent en boucle les mêmes clips vidéos...

Pourtant, il existe des alternatives : des radios associatives (la Féarock notamment, qui se trouve actuellement en grande difficulté), des labels indépendants, découvreurs de talents... De plus en plus de monde se déplacent dans les salles de concerts et les festivals. Mais ces initiatives sont peu ou pas relayées par les médias grand public.

Internet a également participé à cet élargissement du spectre des possibles. Les artistes y ont trouvé un moyen alternatif de diffuser leurs oeuvres. dans la même optique, le P2P a permis, entre autre, de favoriser ce phénomène en permettant à chacun de disposer d'un immense juke box.

Toutefois, l'outil est imparfait : peu convivial, avare en informations, et irrespectueux des droits d'auteurs. Finalement, face à une telle demande de la part des utilisateurs, n'y a-t-il pas dans ce nouveau modèle un boulevard pour les industries du divertissement et des médias ?

6 -

par **Floupy**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:33

Qu'attendent aujourd'hui les amateurs de musique ?

Trouver la musique qu'ils aiment, simplement, rapidement, gratuitement pour l'écouter sur tous leurs outils numérique et la partager entre amis.

Comment expriment-ils leurs goûts et vivent-ils leurs passions ?

En dupliquant : l'important est de montrer aux autres la musique qu'on aime, qu'ils l'écoutent.

En quoi les attentes, les pratiques ont changé ces dernières années ?

La pratique du partage a le plus évolué en devenant instantannée et centrale dans les échanges. La pratique de la recherche aussi : désormais, on cherche une musique, on consulte les morceaux d'un même groupe, on regarde les bibliothèques d'une personne qui possède de nombreux morceaux qu'on apprécie, on découvre les conseils via des outils de recommandation automatiques et plus encore par ses amis. On personnalise son écoute, selon ses propres goûts et ceux de ses amis.

Les attentes ont donc changé : la musique n'est plus un "objet", mais un vecteur de l'expression de sa personnalité.

7 - Les attentes ont changé, mais pas radicalement !

par [Marc Verwaerde](#), le Jeudi 22 Juin 2006, 11:37

Ce que l'on peut voir dans la crise qui touche le secteur de l'industrie musicale, c'est que, si l'on équilibre achat de singles, d'albums, de musique en ligne, piratage etc, c'est que les blockbusters restent les mêmes, les artistes « confidentiels » restent les mêmes. Les « cas spéciaux » d'artistes qui ont accédé à la gloire par l'autopromotion le prouvent également : il faut être « formaté » pour plaire au plus grand nombre. Les Artic Monkeys ne sont pas révolutionnaires non plus...

Ce n'est en aucun cas un jugement de valeur, juste un constat !

A mon avis, ce que les consommateurs de musique veulent désormais, c'est plus de fluidité. C'est en cela que le format mp3, les baladeurs à disque dur, et toutes les nouvelles technologies répondent à leurs attentes. Et contre toute attente, les maisons de disques y répondent par des DRM, des copy control, et Apple par un format unique et propre à son standard...

Le consommateur de musique moderne veut pouvoir écouter sa musique sur sa chaîne Hi-Fi de salon, son ordinateur, son baladeur mp3, dans sa voiture... il veut pouvoir avoir toute sa bibliothèque à portée de main. C'est louable comme démarche, et je dirais, c'est dans la logique des choses.

D'un autre côté, on pourrait aussi dresser une typologie des consommateurs de musique :

- *les consommateurs occasionnels, les 60% de la population qui représentent 20% des ventes totales de musique (chiffres « sentis »). Ceux-là, rassurez vous majors du disque, iront toujours chez Auchan acheter Lorie ! C'est la musique qu'ils veulent entendre, une musique d'une époque, d'une saison, pour des soirées ou leurs enfants, enfin bref : une musique qui n'est finalement pas non plus considérée comme un Art mais plutôt comme un divertissement (aucun jugement de valeur, puisque ces gens là seront très certainement sensibles à d'autres formes de cultures, etc...)*
- *les jeunes qui découvrent leurs univers musicaux. Plus impliqués, plus intéressés, ils étaient autrefois la cible parfaite d'un marketing poussé à son extrême. Marilyn Manson devenait l'égérie des ados, et tout le merchandising qui va avec... Eh bien aujourd'hui, oui, papa et maman n'ont plus besoin de cautionner cela en donnant de l'argent de poche à leur gamin pour aller s'acheter le dernier Offspring (combien de parents cautionnent vraiment cette musique ?). « Débrouille-toi tout seul », ça amène à télécharger sur le net. Je me souviens, il n'y a pas si longtemps de cela, je n'achetais pas de CDs étant ado : j'empruntais aux copains qui avaient emprunté à d'autres copains... Et si parfois je tombais amoureux d'un album, j'harcelais mon père pour qu'il l'achète. Aujourd'hui, on voudrait faire payer des jeunes qui autrefois ne payaient pas ? Cherchez l'erreur.*
- *L'Internaute « libre » qui a découvert le peer-to-peer, qui est devenu mélomane, mais qui n'achète toujours pas assez de CDs « pour un mélomane ». Eh oui, avant le mélomane devenait proie facile des maisons de disques : nouvel album, petit « prix vert », et hop, passage à la caisse. Bourse monumentale ? On s'en fiche, on a vendu notre CD, après, lui, il*

avait kapa... Eh bien non aujourd'hui, ce mélomane est devenu aussi un homo plus que sapiens. Tant pis / ou tant mieux : il choisit à la maison, tranquillement, et ira au concert... Le tout c'est de lui redonner envie de financer l'enregistrement qui a couté cher ! Mais pas en donnant 2 € par CD à l'artiste ! Soyons réalistes !

- Les « ancienne méthode » (il en existe encore, mais à force de leur mettre des protections partout qui font que les CDs ne marchent pas sur leurs chaines a 6000 € ils devraient disparaître rapidement...): eux, ils n'ont pas encore changé d'avis. Tant mieux pour les majors. En même temps, ils n'achèteront pas plus ni moins de CD : tant pis pour les majors.

Ce que veut le public aujourd'hui, celui des Internauts « libres » et j'en suis certain, de plus en plus de die hard de l'ancienne méthode, ce que désirent ceux qui devraient financer la musique c'est de la transparence. Je vois pas pourquoi on se voile la face : c'est écrit dans tous les journaux : montée en puissance des blogs, délivrant une information moins « langue de bois », crise de nos institutions opaques, voyages « à la carte, façon je construis moi-même mes activités », etc... Pourquoi la musique échapperait-elle à cette exigence de transparence ?

En cela, le concept que je tente de formuler sur mon blog me paraît pertinent, dans le sens où l'on pourrait mettre en place ce genre de démarche sur un marché test et voir comment les consommateurs de musique sont satisfaits : Le Mécénat aux artistes est une tendance qui pourrait resurgir dans les prochaines années. Le consommateur ne reste pas en bout de chaîne, il agit en amont pour soutenir les efforts de l'artiste. C'est ça la transparence que le nouveau consommateur recherche !!!

Voici le lien vers mon blog :

<http://mecenart.over-blog.com>

A tres bientôt,

Marc Verwaerde

PS : Le commentaire en « italique » je trouve ca un peu moche... illisible quoi...

2 - Avez-vous rencontré des innovations stimulantes dans le domaine de la musique ?

Quels sont les projets ou initiatives dans la production, la distribution, la valorisation de la musique qui vous paraissent aujourd'hui les plus innovants, porteurs d'avenir ?

Cela peut être des exemples d'initiatives utilisant l'internet et le numérique (mais pas seulement), éventuellement en liaison avec d'autres formes de valorisation (associer à un concert la vente du DVD ou de goodies, vendre un accès "premium" au site d'un artiste, etc.)

Au-delà des exemples (qui nous intéressent en tant que tels !) :

- Quelles sont les limites et les potentialités de ces modèles ?
- Pensez-vous que l'on puisse en attendre des revenus suffisamment importants pour relancer le dynamisme de la filière de la musique enregistrée ?

Commentaires

1 -

par **Anonyme**, le Lundi 19 Juin 2006, 10:17

Trois initiatives m'ont paru intéressantes hors de l'internet. Tout d'abord le projet de Noir Désir sur l'album de remix « One Trip One Noise ». Le groupe Noir Désir a proposé à ses fans de faire des remix de leurs morceaux préférés, il en a résulté un album sorti en 1998 bien avant la démocratisation de l'internet en France.

La deuxième initiative vient de la télévision et des émissions de télé-réalités telles Idols ou la Star Academy. La création d'un objet marketing financé par les sms surtaxés et la publicité, me paraît vraiment innovant.

Le dernier point est à mettre au crédit du groupe de Grateful Dead. Lors de leur dernier passage à Paris, à la fin du concert était proposé un DVD du show. Pour 40€, le DVD était livrable sous 3 mois une fois monté et la queue était longue pour le commander !

Dans l'internet, deux services de découvertes ont particulièrement retenu mon attention. Le premier est [last.fm](#), un service de recommandation doublé d'un réseau social. Le service est assez bluffant. Le deuxième est [Pandora](#), dans la veine de last.fm et basé sur le projet Génome.

Le service Français de promotion de groupes autoproduits en Creative Commons [Jamendo](#) est une référence, on y trouve une multitude de groupe de tous genres.

Au niveau de la création, les outils numériques et les homestudio permettent aujourd'hui de créer des masters de très bonne qualité à un coût assez faible.

2 -

par **Anonyme**, le Lundi 19 Juin 2006, 13:21

On peut aussi souligner la sortie récente d'un [DVD des Beasties boys](#) fait par des fans: un «authorized bootleg». Ce DVD mélange l'approximation de l'enregistrement pirate avec la qualité de son du produit fini

3 - **Re:**

par **itsmi**, le Mardi 20 Juin 2006, 00:33

"Au-delà des exemples qui nous intéressent en eux-mêmes", le parallèle entre Noir désir et la star ac est fascinant... en lui-même :-)

4 - innovation

par **Anonyme**, le Mardi 20 Juin 2006, 10:26

Pour moi l'innovation principale stimulante dans la musique de ces 8 dernières années c'est le système d'échange de pair à pair comme par exemple WinMX (peer to peer) et l'arrivée des formats compressés. La culture peut enfin se démocratiser, avant elle était réservée aux personnes les plus fortunés (je me rappelle encore mes premières années d'études ou je mangeais des pâtes tout les jours pour investir en album CD à 120 fr).

Aujourd'hui on peut dire que ce système s'impose de lui même, je pense qu'il est dérisoire d'imaginer qu'il est possible de revenir aux anciens systèmes de diffusion.

En luttant contre le peer to peer les majors en ont fait une publicité énorme à travers les reportages sur la télévision, on peut même dire que presque tout le monde à déjà entendu parlé de ce système à travers les médias.

En parallèle a ce phénomène se développe la musique du libre et les radios Internet. Pourquoi faire payer sa musique si on prend celle des autres gratuitement ?

Personnellement toute ma musique est disponible sur <http://www.archive.org/details/07fingershand> ainsi qu'une playlist (équivalent à une radio Internet personnelle). J'ai placé mon travail dans le domaine public pour protester contre le monopole des majors.

Ils ont déjà la TV, les radios maintenant ils s'attaquent à Internet, mais avec beaucoup de retard heureusement !

Le hic c'est que Internet est un réseau interactif plus qu'un simple média, vouloir le contrôler est une pure utopie -en témoigne, tor, privoxy, freenet, mute- ces logiciels de l'anonymat qui se multiplient face aux menaces des nouvelles lois "antiterroristes", "antipédophiles", "antipirates" pour résumer "pas de liberté sans vie privée!".

Pourtant sur Internet, pas de CD ou DVD à fabriqués, puis à distribués. Sur Internet bien souvent le bouche à oreille fonctionnent plus vite que les bannières de publicités (trop d'infos tue l'info).

Alors, a-t-on encore besoin des MAJORS pour distribué la culture?

Réponses :

Depuis 2000 je diffuse mes compositions musicale sur Internet via mes propres sites depuis peu j'utilise archive.org

+ de 50% des Français ont Internet, cela tend vers les 100%.

Les majors savent bien que non, et elles possèdent Myspacemusic (80M d'utilisateur), un des plus gros sites mondiaux de musique libre, c'est leur bouée de secours.

Faire de la publicité en diffusant des musiques protégé en Creative Commons Licences 2.5, pour moi n'est ni plus ni moins qu'une utilisation commerciale illégale scandaleuse de la musique libre, guère mieux que myspace ou autre. J'ai été très déçu par Jamendo à ce sujet.

Quand les réseaux cryptés seront développés (d'ici 5 ans?) tout prendra une autre dimension des plus incontrôlable, pour le meilleur (culture libre) et pour le pire (fin des majors...)

Merci et au revoir!

5 - Des idées stimulantes :

par **cyril Esnault**, le Mardi 20 Juin 2006, 11:52

- Pandora.com : Citez le nom d'un artiste préféré, Pandora cree une radio et vous suggere les titres d'artistes "proches" (sur la base d'une classification humaine), vous votez "aime/m pas" pour affiner votre radio

-Liveplasma.com : suggere des artistes proches de vos goûts

-Musique-libre.org : Bel outil et beau projet de musique libre sauf qu'il faut etre obligatoirement sous licence creative commons pour etre sur Musique Libre (ou Jamendo)

-myspace.com/beatbug : format et mode de creation innovant : Des symphones de 30 minutes a bpm

contact, musique totalement créée par ordinateur qui utilise des bugs sonores en rythmes. Bel exercice de création.

J'en reste à l'innovation, et ne rentre pas dans le débat des modèles tout en rappelant que relancer le dynamisme de la filière peut avoir 2 sens très différents : soit il s'agit d'une relance économique et on peut douter qu'une crise existe (sauf aux yeux des majors), soit il s'agit de relancer la créativité, la découverte, l'originalité (bref redonner un sens artiste à la musique) et là il y a du boulot !

6 - modèle économique

par [DavidD](#), le Mardi 20 Juin 2006, 13:05

- la vente sans DRM de fichiers haute qualité (256/320), donc interopérable sur tous les lecteurs MP3, leur diffusion par abonnement Podcast permettant de fidéliser une clientèle de fans, la maîtrise des coûts d'une plateforme de téléchargement (pas d'investissements lourds sur un modèle économique qui est loin d'avoir fait ses preuves), le "split revenu" permettant à l'artiste de toucher plus de 0,20 € par téléchargement, à comparer à ce que les artistes touchent chez les majors ou aux chiffres publiés par l'Adami (3,5 cts par téléchargement) - modèle en action depuis 2004 sur www.briquerouge.com

7 -

par [ArnaudKlein](#), le Jeudi 22 Juin 2006, 15:58

On peut aussi citer le projet [P2PBank](#) lancé par Overcrowded.

La 3ème voie pour "concevoir un tiers de confiance pour les échanges P2P".

8 - Le Mécénat pourrait revenir en grande pompe, les intermédiaires ne plus exister...

par [Marc Verwaerde](#), le Jeudi 22 Juin 2006, 17:05

Selon moi,

L'avenir pour les artistes indépendants, c'est la voie du mécénat et du live.

On peut partir du constat suivant : Quelqu'un qui prend le temps d'écouter la musique des indépendants c'est quelqu'un qui se sent un minimum « impliqué », par contraste avec celui qui achète les blockbusters – les 100 titres diffusés à la radio FM et relayés dans les affiches des métros. Ces derniers acheteurs ne nous intéressent que moyennement, il s'agit là de pure « segmentation marketing ».

Or, parmi ces impliqués, il y a des « hard-core ». Des gens qui lisent tous les magazines spécialisés (des fanzines, des webzines pour certains d'entre eux), qui participent aux forums dédiés à leurs « chouchous », etc... Bref, des mélomanes réellement impliqués. Qui ne demandent qu'à être impliqués davantage.

Mais ceux-là sont plus rares, quand même. On croit qu'ils sont nombreux car, dans une même classe de gens, on croit que le monde est petit. En France, ils sont encore moins nombreux que dans le reste du monde. Avec 5.000.000 d'artistes amateurs, ça joue des coudes pour se faire écouter auprès de ces « impliqués » hard-core. Moi si je créais un business je ne penserais pas qu'à eux !

Non, moi je parle des gens qui achètent des indépendants, parce qu'ils ont été conseillés par un ami ou qu'ils ont lu les Inrocks ou Rock'n'Folk, au maximum. Je parle de ces impliqués à la petite semaine, **qu'il faut ENCORE éduquer.**

A ce titre, le site bnflower est pas trop mal quoique un peu trop confidentiel et parfois peu transparent, même la version beta. Mais c'est parce que le but de ce système, c'est plus la promotion et la diffusion que le soutien financier à la création. Donc je ne tire pas à boulets rouges, ce n'est pas le même business.

Moi, mon truc c'est ce qu'il y a ci-dessous :

Je vois apparaître prochainement des sites de « **communautés d'artistes** » qui regroupent des artistes de la même qualité. Un système qui remplacerait le label : les artistes font leur propre label : un système que l'on peut considérer ultra libéral ou communiste, selon que l'on penche à droite ou à gauche. Ces sites seraient le nec plus ultra de la « **rémunération équitable** » :

Page d'accueil, le nom de la communauté. Mettons qu'elle s'appelle « Lalaland » (pas mal pour une communauté pop). La liste des groupes, et la présentation du concept.

*Chaque artiste a sa propre page, hébergé sur le serveur de la communauté d'artistes. Ca peut être un blog ou une page traditionnelle, on s'en fout. Sur les sites on peut écouter la musique, pas *forcément* (j'ai pas encore débattu sur ce point...) la télécharger.*

Moyennant soit 1/un abonnement, soit 2/un don ponctuel, **tu peux adhérer à la communauté d'artistes, la soutenir, la « mécéner »** !!! Finalement, on en revient au système prédominant pendant les heures de gloire de la musique classique, sauf que là, c'est l'auditeur impliqué qui devient mécène. Il ne paie donc pas pour la musique qu'il télécharge, mais pour la musique future que le groupe pourra faire grâce à ses dons. **Une façon de penser en avant et en amont plutôt qu'en arrière et en aval**, comme trop souvent dans tout business. Car la musique, ce n'est pas un business.

Et là, la SACEM est inutile. On me répondra : Et la diffusion radio ? Je répondrai : Quelle diffusion radio ? Pour combien d'argent au final ? Et la diffusion radio, c'est pas une forme de promotion ? Depuis quand la promotion devrait être rémunérée ? Donc, moi, pas SACEM, moi licence libre, désolé.

Alors, au final, qui comprend ? Et qui adhère ?

Quand les artistes s'approprient les moyens de production !!! Lol vive la révolution !!!

9 - Un petit panel d'initiatives innovantes...

par **RenaudFrancou**, le Vendredi 23 Juin 2006, 16:02

01Net a publié à l'occasion de la fête de la musique un [panorama d'initiatives innovantes](#) dans le domaine musical sous forme de diaporama.

Ni exhaustif ni très détaillé, il a cependant le mérite de la clarté et de la diversité (Initiatives innovantes de distribution, diffusion, modèles de co-production artiste/fan, géolocalisation de concerts, etc.).

Une bonne base de discussion sur la viabilité ou la mobilisation d'énergie de tel ou tel projet!

Le principe (Déjà ancien !) de géolocalisation d'événements sur des cartes de type [googlemaps](#) (Les fameux "[mash up](#)" ou services composites) me semble promis à un bel avenir. (Voir le [service](#) mis en place pour la fête de la musique afin de repérer les concerts)

Si vous connaissez d'autres applications de géolocalisation dans le domaine musical je suis très preneur!

3 - La gratuité peut-elle coexister avec des modèles commerciaux payants ?

Dans d'autres secteurs économiques, d'autres univers, la gratuité (réelle ou apparente) coexiste avec des modèles commerciaux payants : on paye pour gagner du temps, pour obtenir un service meilleur ou plus personnalisé, etc. Parmi les exemples : la télévision, la presse, la santé...

- Quels exemples venus d'ailleurs pourraient-ils donner des idées pertinentes au secteur de la musique ?
- Comment, ailleurs, "gratuit" et "payant" coexistent-ils ? Quelles leçons peut-on en tirer ?

Commentaires

1 - Oui

par [itsmi](#), le Lundi 19 Juin 2006, 23:39

Question passionnante et fondamentale dans le contexte actuel tout particulièrement.

Merci de la poser.

Il convient de considérer attentivement à quoi s'applique une éventuelle gratuité.

Cependant, pour faire court et répondre à la question telle que posée, c'est-à-dire de principe et d'une façon très large qui n'envisage pas à quoi s'applique, donc, cette éventuelle gratuité, je réponds pour ma part **oui sans hésitation**.

"Réelle ou apparente": "apparente" sous-entend une combine quelconque, une dissimulation et apporte une nuance tendancieuse superflue à la question. Sauf, si la nuance vise à suggérer qu'une gratuité réelle correspond nécessairement à un échange démonétisé. Je crois que c'est le cas et voilà pourquoi ma réponse à cette question est: oui.

La gratuité peut tout à fait coexister avec des modèles commerciaux payants et s'appelle l'échange.

Est-il indispensable de rechercher des exemples dans d'autres domaines que la musique ? n'y a t'il pas lieu plutôt de constater les tendances et les usages spontanés actifs, ou cherchant à l'être, dorés et déjà dans le domaine qui nous intéresse ici ?

Les nombreux blogs et sites diffusant gratuitement de la musique en ligne en sont le meilleur exemple et l'objet de prédilection.

Cette évolution récente, surfant sur les avancées technologiques, la vulgarisation des outils informatiques et au premier chef de l'internet, acquiert rapidement une telle ampleur qu'elle montre clairement le besoin qu'en ont les différents acteurs et la nécessité d'**en entériner la pratique plutôt que de la diaboliser**.

2 - Il va sans dire...

par [itsmi](#), le Mardi 20 Juin 2006, 00:11

Dans mon esprit, il va sans dire mais encore mieux en le disant :

Règle incontournable dans le cadre d'une diffusion, y compris non commerciale:
l'accord préalable du diffusé

Si ce point est évident, un autre l'est moins:

celui du **rôle des sociétés de protection des droits d'auteurs**.
En France, notamment et plus particulièrement la sacem.

Est-il juste concevable d'aller acheter son pain avec son avocat ?

Ou de de faire appel à lui si mon voisin repeint ma cuisine pour me remercier d'avoir réparé sa tondeuse à gazon ?

Pire, est-il concevable que nos avocats respectifs interviennent pour remettre en cause notre "royauté" fondamentale sur un tel accord amiable ?

Oui, peut-être, au niveau d'un conseil éventuel et bienveillant, mais au-delà ?

3 -

par **CAMBOU**, le Mardi 20 Juin 2006, 01:30

Oui oui c'est possible.

La soluçe que j'ai choisie est de laisser en libre téléchargement TOUTE ma musique et en même temps mes CD sont (évidemment!) vendus par la FNAC.

Je fais le pari que ceux qui ne veulent pas ou ne PEUVENT pas acheter les CD's pourront se mettre quand même la musique entre les oreilles pour pas un rond et que les "amateurs" auront envie d'avoir "l'objet CD", bien ficelé avec le livret couleur, les images stéréographiques, les petites lunettes à prismes....

Qui a dit "ahahah t'en vendra pas un seul???". Mouéééé..possible voire probable sans promo, sans visibilité donc!!!!

CAMBOU

<http://www.cambou.org>

4 - **Sans doute...**

par **patrick**, le Mardi 20 Juin 2006, 10:46

Je suis responsable du site persephonemusic.fr et je pense qu'il est évident qu'il va y avoir coexistence, mais je dirais que la question ne se pose pas vraiment en ces termes... de fait il y a déjà coexistence c'est une obligation.

Simplement, de mon côté, si je crois beaucoup à la révolution des musiques libres par l'aspect "nouveau moyen de promotion", "émergence de nouveaux talents issus du libre" etc. Je n'y crois pas vraiment économiquement dans le sens où pour moi les services gratuits ne peuvent pas prendre la même ampleur que les services payants... pour plusieurs raisons... Et ce même si le succès des services gratuits est d'ors et déjà indéniable, il restera limité.

- D'une part les sites de musique libre et gratuite ne font généralement aucune sélection... le problème d'internet c'est justement la trop grande quantité d'information et pour moi l'important est de proposer une présélection afin de maintenir une qualité forte, sans quoi une plate forme (par exemple) perd, à mon sens, vite de son intérêt.

- D'autre part, les artistes n'en vivent pas, ils sont donc obligés de faire autre chose pour subvenir à leur besoins, par conséquent, ils ne peuvent consacrer assez de temps à leur art pour rivaliser avec la plupart des musiciens professionnels. Attention, je ne dis pas qu'il n'y a pas d'excellents musiciens dans la communauté du "libre et gratuit", je dis simplement qu'ils sont peu nombreux ceux qui peuvent se permettre de ne faire que de la musique dans ces conditions, de fait les autres font souvent un travail moins abouti.

- Ensuite, parce que la SACEM a un pouvoir d'attraction énorme et que la plupart des artistes dès qu'ils sentent que leur musique commence à marcher deviennent sociétaires se coupant ainsi toute possibilité de continuer à se diffuser dans un système de licence libres... C'est un problème majeur. Je ne remet pas en cause la gestion collective mais le monopole de la SACEM, ses conditions d'adhésion, la collusion qui règne dans cette institution entre le pouvoir et les éditeurs, et donc, le conflit d'intérêt entre les artistes sociétaires et les éditeurs sociétaires... A la fin, inutile de se demander qui pèse le plus lourd dans la balance, les artistes sont le dindon de la farce et ils croient qu'ils défendent leurs droits parce qu'on leur explique régulièrement à grand renfort de courriers que les DRM et le DADVSI c'est bien etc etc...

- Pour continuer, je crois qu'il ne faut pas se leurrer, tout est aussi question de moyens et il est difficile de rivaliser avec une industrie qui dispose de fonds énormes pour promouvoir des produits payants... à ce titre le mode gratuit perd à tous les coups. D'autant que ce déséquilibre touche également le spectacle et donc l'impact direct d'un artiste sur le public.

- Enfin, pour revenir au conflit qui pourrait opposer gratuit et payant, c'est une question de crédibilité. Là c'est psychologique, mais le fait de payer pour quelque chose étant justement un gage d'un "service meilleur" il est évident que le mode payant apparaît plus crédible aux yeux du "très grand public" que le mode gratuit... c'est un peu triste mais il faut s'y faire... Du reste dans l'esprit du public lorsqu'on paie un service c'est nécessairement que le contenu est meilleur. Ainsi, si un artiste est "gratuit" et l'autre "payant", le payant aura toujours la faveur du public car il sera considéré comme un "vrai artiste" et l'autre comme un dilettante ou un débutant... je schématise un peu brutalement mais c'est de ça qu'il s'agit.

Après il faut espérer que tous ces débats fassent petit à petit évoluer les mentalités, du reste l'"économie du don" se fait progressivement une place. Même si je pense que son extension restera limitée, c'est très sain qu'elle existe et que des modèles différents coexistent...

5 - Un modèle en marche

par [Killbee-Ecouter](#), le Mardi 20 Juin 2006, 10:59

Doit-on être obligatoirement professionnel pour faire de la musique ? Doit-on obligatoirement ne faire que de la musique pour en produire de la bonne ? C'est cela dont on parle avec les modèles commerciaux payants.

- On peut dire qu'un modèle est en marche. Certains musiciens diffusent de la musique gratuitement (et aussi en proposant du téléchargement payant) sur leurs sites internet et gagnent aussi de l'argent grâce à la publicité. Je pense que ce mouvement va prendre de l'ampleur si la protection de l'auteur évolue par les Creative Commons peut-être.

- Face à cela, il va falloir que tout le système en place s'adapte.

Thomas [Ecouter Musique](#)

6 - Pas pour un même bien

par [philaxel](#), le Mardi 20 Juin 2006, 11:18

La coexistence entre modèles gratuits et payants est possible mais pas pour un même bien. Il existe des télévisions gratuites et des télévisions payantes par abonnement par exemple. Mais cela implique que les télévisions payantes fournissent un contenu différent que l'on ne trouve pas sur les télévisions gratuites, un contenu rare. Dans le cas du fichier musical qui est le bien qui nous intéresse ici. Vous ne pourrez pas maintenir des services payants s'il existe les mêmes fichiers musicaux disponibles gratuitement et si ce bien qui est le fichier musical en général est disponible en abondance. En économie le prix d'un bien se justifie par sa rareté, un bien qui n'est pas rare devient gratuit. D'autant que le fichier musical est un bien non rival, je vous donne une copie et je l'ai encore, cela ne me coûte rien de vous le donner. C'est pourquoi à mon sens le téléchargement payant ou même par abonnement des fichiers musicaux est un modèle risqué parce qu'il implique de maintenir de force la rareté artificielle par du contrôle sur l'usage privé, ce qui sera impossible à maintenir face à l'opinion publique. Par contre, si le fichier musical devient totalement gratuit et sa copie totalement autorisée c'est totalement compatible avec des modèles payants comme l'achat de produits dérivés ou de places de concerts. Non seulement c'est compatible mais la diffusion large de la musique favorisera ces marchés là. Par contre, cela pose des problèmes de droit d'auteurs et de financement de la production d'enregistrements musicaux. Pour les droits d'auteurs il faudra non pas des DRMs mais des TAGS qui permettront aux auteurs de mettre leur nom sur le premier fichier créé et de déclarer leurs accords d'utilisation (sur le modèle des Creative Commons). Pour le financement de la production il faudra opérer un transfert de ressource rare (d'argent) qui proviendra de tous les domaines qui réaliseront directement ou indirectement des profits sur l'enregistrement musical.

7 - Gratuite versus acces a la diversite et a la distribution

par **cyril Esnault**, le Mardi 20 Juin 2006, 11:55

Si la gratuité est le seul moyen pour de nouveaux artistes de se faire connaître, oui la gratuite doit exister !

Les modeles payants n'ont pas a etre les seuls garants de positions dominantes.

8 - NON

par **Youki**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:18

Je ne considère pas les modèles commerciaux actuels comme des modèles de libre échange.

Nous avons les majors de la musique, de grosses multinationales qui empêchent la formation de tout éditeur concurrent, et qui rachètent de force tout ce qui marche, et nous avons la musique gratuite, qui est leur seul ennemi.

Lorsque l'on constate le prix prohibitif que s'octroie un éditeur de musique par rapport au prix de production du CD, aux rémunérations de l'artiste, de l'interprète, du personnel, et par rapport aux coûts de la publicité, dont le trop grand matraquage devient dispensable, je ne pense pas que la musique gratuite peut coexister avec le modèle totalitaro-économique actuel, cad la dictature sans visage des majors de l'industrie.

Pour que la gratuité de la musique soit possible, via un procédé de licence globale optionnelle par exemple, il faudra que les majors volent une somme un peu moins colossale dans les revenus d'un CD, qu'ils aient les doigts moins crochus en somme.

Ce qui n'est pas possible étant donné leur politique rétrograde actuelle.

Pour que la musique "gratuite" puisse s'épanouir (artistes rémunérés justement, par leurs représentations et par leurs ventes d'albums CDs, qui seront toujours préférés au téléchargement par beaucoup de consommateurs), les majors doivent tomber, la concurrence doit reprendre, et ce, avec des éditeurs moins puissants et moins possessifs.

Et c'est ce qui va se passer. (2 à 3 des 5 majors de la musique sont régulièrement à vendre d'ailleurs)

9 - Re: Un modèle en marche

par **patrick**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:44

>Doit-on être obligatoirement professionnel pour faire de la musique ? Doit-on >obligatoirement ne faire que de la musique pour en produire de la bonne ? C'est >cela dont on parle avec les modèles commerciaux payants.

On n'est pas obligatoirement professionnel lorsqu'on fait de la musique, de même ce n'est pas parce qu'on fait de la création de sites web qu'on est professionnel, après je considère que pour faire de la bonne musique comme pour faire bien son boulot en général il faut être disponible. C'est à dire avoir du temps mais aussi toute la disponibilité d'esprit nécessaire... or comment avoir cette disponibilité lorsqu'on doit travailler à côté pour subvenir à ces besoins...?

C'est aussi simple que ça... la musique peut être une passion mais elle est aussi et surtout un métier...

10 - Re: Re: Un modèle en marche

par **Killbee-Ecouter**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:54

"après je considère que pour faire de la bonne musique comme pour faire bien son boulot en général il faut être disponible. C'est à dire avoir du temps mais aussi toute la disponibilité d'esprit nécessaire... or comment avoir cette disponibilité lorsqu'on doit travailler à côté pour subvenir à ces besoins...?"

Si sur le fond, je suis en accord avec vous, je précise que **j'entends souvent des "pros"** qui font de la musique qui n'est bien souvent **pas "meilleur" que celle des amateurs** qui bossent chaque jour pour subvenir à leurs besoins.

Je pense qu'à partir d'aujourd'hui, il y aura de plus en plus de musiciens qui feront de la musique de chez eux tout en bossant la journée et que cela n'empêchera pas que la qualité soit au rendez-vous.

11 - Re: Pas pour un même bien

par [Killbee-Ecouter](#), le Mardi 20 Juin 2006, 14:57

Bravo Phil. Tout est là :

"Par contre, si le fichier musical devient totalement gratuit et sa copie totalement autorisée c'est totalement compatible avec des modèles payants comme l'achat de produits dérivés ou de places de concerts. Non seulement c'est compatible mais la diffusion large de la musique favorisera ces marchés là. Par contre, cela pose des problèmes de droit d'auteurs et de financement de la production d'enregistrements musicaux. Pour les droits d'auteurs il faudra non pas des DRMs mais des TAGS qui permettront aux auteurs de mettre leur nom sur le premier fichier créé et de déclarer leurs accords d'utilisation (sur le modèle des Creative Commons)."

Thomas [Ecouter Musique](#)

12 -

par [Floupy](#), le Lundi 26 Juin 2006, 15:53

"L'étude montre qu'offrir les épisodes sur Internet ne fait pas baisser l'audience lorsqu'ils passent à la télévision. L'ouverture du site "MyABC" n'a pas plombé l'audience de la chaîne, ni les ventes d'épisodes sous iTunes. Les différents services se sont donc avérés parfaitement complémentaires, selon les analyses de Disney."

<http://www.atelier.fr/article.php?artid=32500>

13 - --- Très bonne éthique ! --- :-) ---

par [fractale_69](#), le Mardi 27 Juin 2006, 20:48

Salut Cambou,

Je suis entièrement d'accord avec toi, dans un premier temps les gens vont écouter sur le web (donc c'est un moyen de diffusion direct), puis ceux qui veulent (et qui le peuvent) achèteront tes albums, à condition qu'il soit facile de les trouver, et si c'est la fnac ça ne fait pas de doutes...

Donc gloire à toi et faites tous de même !

On les aura ces majors ...! lol

ps: petit commentaire à part ton site est très beau mais le monde 3D ça ne marche pas chez moi après install du plugin AW il détecte ma connection puis me dit qu'il faut une MAJ, et ça boucle ! (j'ai IE 6 avec XP SP1)

14 - Re: --- Très bonne éthique ! --- :-) ---

par [CAMBOU](#), le Mercredi 28 Juin 2006, 11:10

Merci merci pour ton très gentil commentaire!

Je ne vais pas te donner la solution ici pour mon monde 3D; ce n'est pas l'objet de cette discussion et je fais toujours gaffe de ne pas polluer avec des trucs hors sujet.

Mais elle existe lolll; écris moi via mon site ouèbe et je te répondrai directement avec....grand plaisir. N'oublie pas de me dire sont tes images fractales. J'adore!!!

15 - C'est passionnant!

par [CAMBOU](#), le Mercredi 28 Juin 2006, 12:33

Si je puis me permettre (et sans aucune prétention de part), bravo pour tous ces commentaires fort intéressants. Pas de solution évidemment mais "de la matière" qui invite à la réflexion.

A la lecture de tout ça, je me demandais si finalement le gratuit n'est pas une certaine forme d'hypocrisie (ne grimpez pas aux rideaux quand j'écris ça, tout est gratuit sur mon site ouèbe!!!!), un biais par lequel chacun aménage sa micro économie pour mettre un pied dans l'économie tout court...du payant!

On trouve alors toutes sortes de bricolages plus ou moins astucieux, plus ou moins alléchants de la micro économie du gratuit (Google a vachement bien compris le truc avec ses pubs très "intégrées") mais au bout du compte le but du jeu n'est-il pas de rentrer dans la "vraie économie du payant"?

Je serais curieux de savoir ce que vous en pensez et si il y a un surdoué de la statistique économique parmi vous.....hop c'est le moment de se lacher là lolll???

CAMBOU

<http://www.cambou.org>

4 - Le modèle de "la longue traîne" pourrait-il s'appliquer à la musique ?

Dans un article (puis un livre) devenu célèbre, "[La longue traîne](#)", Chris Anderson décrit une économie de la culture numérique fondée, non plus seulement sur un très petit nombre de grands succès, mais sur la capacité d'un très grand nombre d'œuvres à trouver leur marché sur des "niches" beaucoup plus faciles à identifier et agréger que dans un univers de produits physiques.

- Jusqu'où ce modèle peut-il s'appliquer à la musique ?
- Quels sont pour vous les exemples les plus marquants ?
- Quelles en sont les limites ?
- Peut-il, en particulier, fonctionner si les "hits" ne financent plus, ne serait-ce qu'en partie, la production plus risquée de contenus de niches ?

Commentaires

1 - Hits et financement des œuvres plus « risquées »

par [Florent V.](#), le Lundi 19 Juin 2006, 11:20

Je ne suis pas expert en ce qui concerne les détails du financement de la musique par les maisons de disque. L'argument des « hits » qui auraient pour principale légitimité de financer d'autres œuvres plus exigeantes m'a toujours semblé étrange. Surtout en cette période de « licenciement » d'artistes peu rentables. Mais soit, disons que c'est partiellement le cas.

Il reste à savoir si les hits vont profondément souffrir de la numérisation, et en particulier des échanges P2P. Je suppose qu'une certaine consommation « sociale », principalement adolescente (et donc peu fortunée, même si le fait de dépenser tout leur argent de poche en produit culturels en a fait des cibles privilégiées pour l'industrie de la musique depuis les années 80 – n'est-ce pas, Jive Records ?), pourrait en souffrir. Mais la perte subie pour les achats d'albums et singles pourrait sans doute être amortie voire surpassée par la vente en ligne. Avec un peu de cynisme, il doit bien y avoir moyen de fournir aux mineurs un moyen aisé pour acheter compulsivement de la musique au titre. Par exemple un système forfaitaire payé par les parents (pour la tranquillité juridique du foyer), avec réduction spécial djeuns (en collaboration avec telle ou telle émission de M6, par exemple). Genre : 10 euros par mois pour jusqu'à 20 titres. Sans report d'un mois sur l'autre. S'ils en consomment moins de 20 chaque mois, c'est aussi ça de pris.

Et vous savez ce qui est le plus beau avec ce petit modèle économique que je viens de vous pondre ? C'est que le faible nombre de titres que l'on pourra acquérir (pour un prix raisonnable : 0,50 euros le titre en cas de consommation totale du forfait) sera suffisamment bas pour motiver des achats « stratégiques » et clairsemés (quelques titres par album, sûrement ceux entendus à la radio, et peut-être des inédits « spécial internet »), ce qui laissera un avantage certain à l'album physique, que l'on achètera pour Noël ou pour l'anniversaire. Ah la la, c'est beau le marketing.

Bref, je doute que les hits soient morts.

Par contre, les œuvres de la « longue traîne » bénéficieront sans doute de la meilleure accessibilité (encore à construire, parce que pour l'instant c'est pas vraiment ça...) aux consommateurs clairsemés qui composent son public de niche. Ça ne sera peut-être pas miraculeux ou révolutionnaire, mais ça ne pourra pas faire de mal, et il y a de l'argent à se faire pour ceux qui voudront bien apporter un service de qualité dans ce domaine...

5 - Quels rôles peuvent jouer les DRM ?

Les DRM (systèmes de gestion des droits numériques) peuvent servir à contrôler l'accès à une œuvre, à en limiter ou en mesurer les usages (écoute, copie, redistribution...) ou encore, à "tracer" la circulation de la valeur au sein de chaînes complexes (auteurs, interprètes, producteurs, distributeurs, consommateurs, revente et redistribution...).

- Y a-t-il des usages plus ou moins pertinents, efficaces, des DRM et quels en sont les exemples ?
- Peut-on imaginer une économie de la musique (au-delà des productions amateurs) sans DRM et si oui, sous quelles formes ?
- Peut-on à l'inverse imaginer des DRM qui répondent à la fois aux attentes des professionnels et des amateurs de musique ?

Commentaires

1 - AUCUN

par **Youki**, le Mardi 20 Juin 2006, 14:29

Les DRMs sont un moyen de sécuriser les "produits", et de donner confiance aux "investisseurs".

Mais quelle est la réaction d'un consommateur qui s'aperçoit que ce qu'il a acheté ne lui appartient pas ?

Qu'il n'a acheté qu'une licence temporaire ?

Les DRMs posent tout d'abord de gros problèmes via le système de possession matériel de notre société capitaliste, car la musique ne sera alors plus acquise mais louée.

De plus, ces DRMs posent d'évidents problèmes de violation de la vie privée de par la divulgation de données sur l'acheteur de la musique.

Enfin, les DRMs posent aussi de gros problèmes informatiques, le remplacement d'une carte mère, d'un windows, un formatage, où bien d'autres aspects sans arrêts évolutifs n'ayant pas été pris en compte, et obligeant à racheter plusieurs fois le même titre.

Ne nous voilons pas la face, les DRMs n'ont **AUCUN AVENIR**, elles sont citées par certains comme un passage obligé du marché, ces "certains" ayant oublié que **le marché, c'est nous**.

Ces DRMs portent atteintes à des libertés auxquelles nous nous sommes habituées, et elles finiront toujours par sauter ou par être boycottées.

L'exemple de Movelink en est la preuve, cette plate forme de VOD et MOD (vidéo et musique à la demande) coule complètement parce que personne ne la fréquente, et personne ne veut la racheter à cause de la politique DRM.

J'ai essayé d'acheter une fois un film sur Movelink, c'est TRES frustrant de payer 10€ pour une vidéo qui s'autodétruit en 48h, d'autant plus que je n'avais pas eu le temps de la voir entièrement. Je l'ai donc téléchargé sur eMule. C'était nettement plus commercial.

Les DRMs sont le cheval de bataille d'un modèle économique périmé, et en ce sens, elles iront là où va tout ce qui est périmé, cad à la poubelle.

Les majors devraient bien avoir à l'esprit qu'ils ne nous proposent que des services, que c'est le client qui est roi, et non l'actionnaire, et que ces services ne nous sont pas fondamentalement indispensables.

6 - Quel est l'avenir des modèles de "co-construction" entre artistes et amateurs de musique ?

Un grand nombre de modèles innovants dans la musique se fondent sur la "co-construction" de valeur entre artistes et amateurs ("buzz", monétisation de la relation fan-artiste...) ou entre amateurs de musique (partage et découverte réciproque d'univers musicaux, recommandations...). Ces modèles ont engendré quelques succès récents (Arctic Monkeys, Clap Your Hands Say Yeah...).

- Mais comment faire si des milliers de groupes et de producteurs adoptent les mêmes méthodes ?
- Comment pourra-t-on s'extraire du bruit pour construire une notoriété ?
- Ce modèle peut-il résister à sa propre banalisation ?

Commentaires

1 -

par **Anonyme**, le Lundi 19 Juin 2006, 17:13

D'après [l'enquête menée par Mike McGuire and Derek Slater](#) de l'institut Gartner, 25% de la musique achetée sur les plateformes légales en 2010 devrait être induite par les échanges entre consommateurs à travers des systèmes de « playlist », et des systèmes de recommandation de consommateurs à consommateurs.

Il est tout de même difficile de prétendre que ce modèle de recommandation pourra se substituer aux modèles de marketing actuel...

2 - Re: prolégomène manquant

par **itsmi**, le Mardi 20 Juin 2006, 00:21

Peut-être...

Mais vous sous-entendez que la "substitution" d'un modèle à l'autre est la seule alternative.

La moindre des choses serait d'argumenter un minimum et non de poser cette absence d'alternative comme un principe premier. Si c'en est un, d'où vient-il ? au nom de quoi ?

qui le démontre et comment ?

3 -

par **CAMBOU**, le Mardi 20 Juin 2006, 01:18

LE modèle économique n'est en aucun cas celui qu'on (les sites dédiés à la musique sous toutes leurs formes) veut nous faire croire. LE modèle économique est celui de la chasse à la connexion, la musique n'est une matière première comme tant d'autres, chassée avec plus ou moins d'imagination, plus ou moins de succès.

Les millions d'artistes (comme moi!!) qui sévissent sur le net ne sont qu'une gigantesque proie pour les chasseurs de clics publicitaires.

L'artiste qui veut "s'extraire du bruit pour construire une notoriété" n'a d'autre choix que d'en sortir COMPLETEMENT, autrement dit d'arrêter de perdre du temps.

CAMBOU

<http://www.cambou.org>

4 - L'individualisation est l'inverse de la "banalisation", non ?

par **Killbee-Ecouter**, le Mardi 20 Juin 2006, 13:54

"Mais comment faire si des milliers de groupes et de producteurs adoptent les mêmes méthodes ? "
- La balle est dans le camps de l'industrie musicale. Pour l'instant, je crois comprendre que ce milieu cultive la **fermeture**. Il en paiera donc les conséquences, même si cela prendra du temps. Aujourd'hui, nous assistons à une individualisation du monde de la musique. Le musicien va atteindre sa maturité et prendre son indépendance grâce à internet.

"Comment pourra-t-on s'extraire du bruit pour construire une notoriété ? "
- Concernant internet, cette tâche est dévolue aux moteurs de recherche qui facilite la recherche sur le web et aux webmaîtres qui vont devoir optimiser leurs sites afin que les mots clés importants ressortent dans les systèmes de recherche.
Hier, un **groupe** qui souhaitait distribuer ces **1000 exemplaires de démo** galérait un maximum et dépensait encore de l'argent pour payer les timbres, tout cela, sans être certain d'avoir été entendu.
A notre époque, en un an de développement, on peut espérer obtenir une moyenne de **60 visiteurs uniques par jour** sur son **site web**, sans être un grand webmaître.
Réjouissons-nous de cela.

"Ce modèle peut-il résister à sa propre banalisation ?"
- L'individualisation est l'inverse de la "banalisation", non ?

Thomas [Ecouter Musique](#)

6 -

par [Bee_Angelus](#), le Mercredi 21 Juin 2006, 00:42

En ce qui nous concerne (TEN CHANCES Productions et le site [Calls-To-Nothing.com](#)), le bilan est amer et très négatif.

Nous avons parié sur un modèle de promotion, de découvertes et de production par le biais de notre site : 9 à 10 mois après, le succès n'est pas au rendez vous, les visiteurs ne suivent pas et nous serons contraints très bientôt de fermer nos portes, malgré de nombreux projets et développement en cours : organisation et production de concerts, vente en ligne, distribution...

La motivation et la passion n'y sont plus du tout...

7 - **Re:**

par [Bee_Eldarion](#), le Mercredi 21 Juin 2006, 20:07

Le principal problème de la diffusion musicale sur le Net provient à mes yeux de la visibilité d'un site, et non de la complexité de son contenu. Il est difficile de faire sa place à côté de plusieurs milliards de pages web !

BnFlower.com est sur le point de mettre en oeuvre un nouveau système pour faciliter le buzz et les relations artiste - internaute. Les webmasters / bloggers pourront faire écouter la musique qu'ils aiment sur leurs sites en quelques clics : les artistes auront ainsi un public potentiel fortement élargit. Les musiciens maîtrisent la création artistique. Depuis quelques années ils acquièrent celle de la production, mais il leur manque encore le dernier aspect de leur métier: le marketing. A nous d'offrir des outils efficaces et simples pour y pallier.

7 - Quel avenir pour la découverte de nouveaux talents ?

L'une des fonctions traditionnelles des maisons de disques, grandes et petites, est de prendre des risques en finançant des artistes émergents, escomptant que le succès de certains compenserait l'obscurité de la majorité des autres.

- Peut-on se passer de tels dispositifs au profit d'un système où les artistes s'autoproduisent et s'autopromeuvent via l'internet, pour (éventuellement) signer avec une maison de disques, une fois leur notoriété établie ?
- Tous les artistes peuvent-ils fonctionner de cette manière ?
- Ou encore, y a-t-il d'autres manières de financer la découverte de nouveaux talents ?

Commentaires

1 - L'avenir passe par le passé

par [Youki](#), le Mardi 20 Juin 2006, 14:40

Auparavant, les nouveaux talents formaient spontanément des groupes et allaient fréquenter les bars et les cafés, et se faisaient remarquer par des rabateurs, ou alors (pour ne citer que l'exemple de Lorie), se faisaient remarquer par la libre diffusion.

Ce système a été abandonné au profit de la recherche de stars financées par la Real TV, stars qui n'ont aucune expérience réelle de la scène, qui n'ont pas connus les turpitudes de la vie d'artiste, qui ne connaissent que les paillettes et les plateaux TV, qui, donc, n'ont pas l'expérience nécessaire pour survivre dans ce milieu.

Ce système de "stars jetables" nuit non seulement à l'image de la communauté musicale qui se voit "désacralisée", mais en plus, finit par exaspérer le consommateur qui se voit annuellement forcé de sans cesse racheter des albums de minables reprises exagérément promus par une publicité de plus en plus oppressante.

Si vous voulez un avenir aux nouvelles stars, revenez donc à l'ancien système, c'était de loin le plus formateur et le plus pérenisant, les bénéfices étant perçus sur le long terme et non en une seule fois. Le système actuel de recrutement et de contrats "emprisonnants" n'a, lui non plus, aucun avenir.

2 -

par [Bee_Angelus](#), le Mardi 20 Juin 2006, 19:11

Bonjour,

Je me présente : je suis entrepreneur de spectacles sur Paris et j'aurai aimé réagir à cet article.

Il se trouve que depuis plus de 6 ans, en tant qu'amateur et passionné de musique, j'ai tant bien que mal (plus mal que bien en fait) à essayer de faire connaître un certain nombre de talents au public français sans grand succès : J'ai le tort de choisir un genre musical plutôt méprisé par les médias et le public français : le genre folk/root, totalement absent et évincé de la scène française.

Pourtant le folk/root, n'a jamais été aussi vivant et aussi créatif outre-manche et outre atlantique..

Aujourd'hui après plusieurs années de grandes difficultés financières, je vais jeter l'éponge : le public ne suit pas du tout, les charges sociales sont trop lourdes, la motivation n'y est plus : combien de dizaine de milliers d'euros dépensé en pure perte depuis ces dernières années sans aucun retour d'investissement.

Ceci me met véritablement mal à l'aise vis à vis des artistes que je découvre et que je tente de produire sur scène : la tournée prochaine d'une de mes découvertes est même compromise, tant les ventes sont catastrophiques et pourtant ce n'est pas faute de communication...

Le plus dramatique dans tout ça, et les plus gros perdants, ne sont autres que les jeunes artistes qui ont véritablement besoin d'un coup de main pour démarrer, mais qui me donnera un coup de main pour moi ? Personne hélas...

8 - Quelle place demain, pour les nouveaux intermédiaires du marché musical ?

De nouveaux intermédiaires émergent dans la distribution musicale : fournisseurs d'accès, opérateurs mobiles, portails internet, éditeurs de logiciels (ex. "media centers"), constructeurs (ex. baladeurs numériques)... La plupart d'entre eux n'interviennent aujourd'hui qu'en aval, pour promouvoir ou distribuer des titres existants.

- Quelles seront, demain, les fonctions des intermédiaires du marché musical ?
- Avez-vous des exemples de "nouveaux intermédiaires" particulièrement intéressants ?
- Enfin, quel rôle ces intermédiaires devraient-ils jouer dans la création, son financement, la découverte de nouveaux talents, etc. ?

Commentaires

1 -

par **Anonyme**, le Lundi 19 Juin 2006, 17:28

Le futur de la distribution de musique passerait-il par la téléphonie mobile ? En octobre 2005, l'opération menée par France Télécom / Warner Music / Madonna a conduit à plus de 500000 ventes en ligne, dont 200000 sonneries de qualité hi-fi et 65000 polyphoniques. A cette occasion, les ventes de sonneries ont donc dépassées les ventes de titres. A ce sujet, d'après le papier de Nicolas Curien et François Moreau sur « [l'industrie du disque à l'heure de la convergence Télécoms-Médias-Internet](#) », le développement des ventes sur mobiles offre de meilleures perspectives pour l'industrie du disque.

En effet, les prix y sont plus élevés, le prix d'une sonnerie peut atteindre 3 euros. Sur son service 3G, SFR facture un titre écoutable sur téléphone ou copiable sur un ordinateur 1,99 euro à l'unité ou 1,5 euro pour un forfait de dix titres. Toutefois, au contraire de la distribution sur Internet, la distribution mobile ne s'effectue pas à coût négligeable et les opérateurs facturent le transport en ne reversant qu'entre 50% et 90%

2 -

par **lamia**, le Mardi 20 Juin 2006, 10:52

bonjour à tous,

mon point de vue est assez simple; il est aujourd'hui assez facile de faire de la musique et d'enregistrer un album dans de bonnes conditions techniques, et ce pour des sommes très raisonnables. Je ne parle évidemment que du côté "enregistrement", la qualité des compos et des musiciens étant un autre problème.

Finalement, les maisons de disques traditionnelles ne sont plus utiles dans le processus de création et de finalisation. Ainsi, le 1er Cd de Lamia a coûté le prix du studio loué 4 jours pour le mixage final, tout le travail d'enregistrement et de pré-production ayant été fait en amont, dans mon home-studio. (pour le prix d'une voiture moyenne gamme, on a un super home-studio aujourd'hui, mais la c'est un choix à faire!)

Reste le nerf de la guerre, la diffusion et le marketing, point fort des médias traditionnels.

Quelle peut-être le rôle des nouveaux acteurs apparus ces dernières années, notamment sur le net?

A mon sens, il est très faible, les contraintes économiques se retrouvant aussi sur le net.

De plus, le public n'est pas vraiment au rendez-vous et, si c'est lui qui choisit, à la fin, n'oublions pas qu'il choisit dans ce qu'on lui propose.

Et l'on revient toujours au même problème, comment être dans ce qu'on lui propose?

Je ne pense pas que la donne va changer, du moins sur le plan macro-économique, car ces nouveaux intermédiaires, du moins ceux qui veulent "réussir", finissent toujours par s'allier aux anciens médias, et à leur puissance marketing.

Reste les autres, ceux qui veulent faire avancer le "schmilblik", et qui fonctionnent sur un plan micro-économique ou associatif, je pense à musiciens.biz par exemple, mais qui intéresse plus les musiciens que les mélomanes me semble-t-il.

En résumé, et pour répondre aux questions soulevées, ces nouveaux intermédiaires seront des diffuseurs, ce qui élargira le marché, mais tout cela restera économiquement "classique", et leurs rôles dans la création sera restreint (et doit le rester, car quand la production, le marketing et la diffusion dans les médias sont réunis, cela donne la star'ac)

Les problématiques ne sont pas liées aux structures économiques, mais aux hommes qui en sont les acteurs, et à ce qu'ils en font.

Jadis, il y avait deux "types" de producteur; celui qui cherchait ce qu'il devait faire comme musique pour la vendre, et celui qui aimait une musique et cherchait ce qu'il devait faire pour la vendre. J'ai bien peur que la deuxième catégorie soit proche de l'extinction (à part dans le jazz et le classique), et que les "nouveaux" intermédiaires ne veuillent finalement qu'être "calife à la place du calife"

3 - Re:

par [Killbee-Ecouter](#), le Mardi 20 Juin 2006, 15:25

"Je ne pense pas que la donne va changer, du moins sur le plan macro-économique, car ces nouveaux intermédiaires, du moins ceux qui veulent "réussir", finissent toujours par s'allier aux anciens médias, et à leur puissance marketing."

Je pense au **contraire** que les **comportements vont changer**. N'oublions pas que nous sommes à l'amorce de ce changement et qu'il est difficile de le percevoir pour l'instant. Il est probable qu'un jour, les intermédiaires disparaissent. **Du musicien à l'auditeur en direct.**

4 - L'intermédiaire de demain : un inconnu

par [Bee_Eldarion](#), le Jeudi 22 Juin 2006, 14:47

Pour ma part, le plus grand acteur intermédiaire n'est pas unique, il est multiple : ce sont les internautes, des diffuseurs nés.

Je vous renvoie ainsi à la l'éclairage d'Ignazio Lo Faro à ce sujet :
http://musique.fing.org/files/FING_Ignazio.pdf

Quel meilleur agent de promotion que le passionné de musique en effet ?
Il est celui dont ses proches, son réseau, suivront le mieux ses recommandations.

9 - Quelles questions essentielles n'avons-nous pas posées ?

Quelles questions essentielles n'avons-nous pas posées ? Quels projets, acteurs, idées, entreprises, technologies, pratiques... avons-nous (à tort) laissés de côté ?

Commentaires

1 - ET LES MAJORS ?

par [Youki](#), le Mardi 20 Juin 2006, 14:47

Le fond du problème vient des majors de la musique.

Qui impose des prix prohibitifs, et provoque ainsi la fuite sur le P2P ?

Qui empêche la juste création de concurrents éditeurs ?

Qui lie par des contrats de bagnes et jette les artistes comme s'ils n'étaient que des produits de consommation ?

Qui s'octroie injustement plus de 90% des recettes d'un album ?

(A noter qu'historiquement les droits d'auteur furent créés pour protéger les artistes de l'avidité des éditeurs qui ne leurs reversaient rien. Je trouve très ironique la tournure actuelle qu'a pris le copyright).

Qui manipule les gouvernement en vue d'imposer un modèle économique anti-progressiste et dépassé ?

et ce en usant de pratiques antidémocratiques, et antirépublicaines, dictatoriales en somme ?

Question à poser :

Les majors de l'industrie musicale ont-ils encore leur place dans le modèle économique culturel qui se profile pour demain ?

Réponse avérée dans quelques années = Non.

2 - La Sacem

par [Bee_Eldarion](#), le Jeudi 22 Juin 2006, 14:39

Beaucoup de musiciens sont à la Sacem.

Du fait des status de la Sacem, il est impossible de les diffuser au même titre que les artistes CC ou LAL par exemple. Cette association verrouille totalement la découverte de nouveaux talents sur Internet, pour le bien des artistes c'est certain !

Quand la Sacem reformera-t-elle ses status ?

La seule avancée depuis des années a été l'autorisation de mise à disposition en streaming sur le site perso de l'artiste, une hypocrisie totale car il existe des outils très simples comme FireBird qui permettent de télécharger et de conserver ces musiques censé être verrouillées.

Ces artistes ne peuvent alors bénéficier des services de distribution et de buzz (BnFlower.com) sur le Net, qui leur permettraient de se faire connaître.

Cette fracture des chances va s'accroître avec le temps si la Sacem ne sort pas rapidement de la politique de l'autruche et refuse de fait de soutenir ses adhérents.

3 - Loi Toubon

par [Anonyme](#), le Samedi 24 Juin 2006, 22:09

<p>Je voulais rapidement évoquer cette loi qui - avec de bonnes intentions au départ peut-on supposer - s'est trouvée pervertie au fil des ans. la production française face à la production international ne représentent pas 60% des sorties à ce que je sache. ainsi, avec le temps, de nombreux

talents étrangers ne sont pas venus aux oreilles hexagonales par la brutalité d'un cota, beaucoup trop élevé (2/5 eurent été plus intéressants à mon avis). Souvenez vous des groupes de musique (surtout rock) qui passaient avant cette loi funeste, et comparez avec ce que vous pouvez retrouver aujourd'hui, cela se passe de commentaires.</p>

4 - Droits d'auteur

par **Anonyme**, le Lundi 26 Juin 2006, 13:09

Deux questions essentielles que vous n'avez pas posées, liées aux droits d'auteurs :

1) A quoi servent les droits d'auteurs ? Servent-ils à faire vivre l'auteur ou à rapporter des sous à d'autres personnes ?

Si les droits d'auteurs sont là pour faire vivre l'auteur, alors comment ce fait-il que ceux-ci perdurent jusqu'à 70 ans !!! après la mort de l'auteur ? (c.f. wikipedia :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_d%27auteur)

Si les droits sont là pour faire vivre d'autres personnes, alors cette durée est compréhensible, sinon pourquoi cette durée ? Pourquoi ne pas limiter les droits à la vie de l'auteur ?

2) Pourquoi les 'droits d'auteurs' n'appartiennent-ils pas à l'auteur ?

Comment ce fait-il que des 'majors', ou d'autres personnes, puissent avoir des droits sur certaines oeuvres ? Pourquoi les droits d'auteurs ne sont-ils pas inaliénable ? Cela permettrait de résoudre le problème des droits d'auteurs. Sauf, bien sur, si ceux-ci sont fait pour 'engraisser' d'autres personnes, d'ou retour à la question 1.