

Extrait du Internet : Culture et Communication

<http://filipe.f.ferreira.free.fr/dlst>

Interview avec Sophian Fanen, journaliste culturel à Libération

- DLST Mag' - Comment les musiciens utilisent internet de nos jours ? -

Date de mise en ligne : lundi 16 décembre 2013

Internet : Culture et Communication



Sophian Fanen, journaliste culturel à Libération spécialisé dans les domaines de la musique et du numérique, a accepté de répondre à mes questions.

Bonjour, pourriez-vous présenter votre travail au sein de la rédaction du journal Libération ?

Sophian Fanen : Je suis un peu entre deux univers, techniquement je suis adjoint à la culture en charge du web et au quotidien je m'occupe beaucoup de musique et de numérique et notamment de culture et numérique : toutes les mutations que le numérique a entraîné dans les milieux culturels donc beaucoup de musique mais aussi de cinéma, de livre, beaucoup de piratage et toutes ces choses là.

Vous suivez de près l'industrie musicale. Selon vous, quelles répercussions la révolution numérique a-t-elle eu sur la musique et les musiciens en particulier ?

S.F : Sur la musique, quasiment tout. C'est le chambardement le plus important depuis la naissance du disque vinyle. Il n'y a pas eu de chamboulement pareil, ça a absolument tout changé, de la fabrication, de l'enregistrement à la distribution, à la promotion même et la façon dont les musiciens se rapportent aux fans, la façon dont les fans peuvent accéder à la musique, partager la musique, la façon dont les fans écoutent la musique. Aucun aspect du monde de la musique n'a pas changé, même le live, la scène, a beaucoup changé. Le concert est devenu une sorte d'argument viral pour les artistes.

« Internet est la meilleure caisse de résonance possible pour un artiste »

Pensez-vous qu'à ce jour il est indispensable pour un musicien souhaitant se faire connaître de partager sa musique sur la toile ?

S.F : Oui, de toute façon ça paraît difficile de ne pas y être puisque cela signifierait ne pas y être du tout en tant que personne. Ca peut être un choix, il y a des gens qui ne vont pas sur Internet, qui ne sont pas sur les réseaux sociaux. Il y a des musiciens qui préfèrent aussi. Après, Internet aujourd'hui fait partie de la vie de tous les jours, même pour les musiciens. Ils s'en servent plus ou moins habilement ou volontairement mais oui c'est complètement inévitable dans le sens où Internet est devenu inévitable dans la vie de tous les jours de tout le monde. Musicien ou pas. Ensuite ce n'est pas nouveau dans la musique, c'est pas Internet qui a changé ça pour le coup, on peut toujours à coup de marketing ou de promotion vendre un très mauvais morceau par contre un bon morceau pourra circuler tout seul mais il y a quand même un moment où il faut le mettre à disposition et Internet est la meilleure caisse de résonance possible pour un artiste qui même au-delà de vouloir se faire connaître a envie que sa musique soit entendue puisqu'il y a des artistes qui ont des besoins humains, intellectuels et artistiques de diffuser leur musique. Après, la reconnaissance économique et médiatique, je dirais qu'il y a beaucoup de musiciens qui s'en moquent assez largement. Une grande majorité ne font pas de la musique pour faire carrière mais parce qu'ils en ressentent le besoin.

Aujourd'hui, il existe de nombreuses plateformes d'écoute gratuites. D'après vous, Internet reste-t-il un moyen de vente de musique rentable ?

S.F : Il ne faut pas oublier que mine de rien, les plateformes d'écoute gratuites ne sont pas si gratuites que ça. C'est-à-dire qu'elles sont gratuites entre guillemets mais elles sont financées par la publicité, c'est-à-dire que les auditeurs se rendent disponibles à de la publicité même si ça ne leur coûte pas d'argent mais indirectement, le modèle économique estime que la publicité pourrait les inciter à acheter un produit. Pour en revenir à la question, il faut dire qu'aujourd'hui assez peu quand même. C'est une question qui est assez compliquée à répondre parce que avant qu'il y ait Internet, une grande majorité des musiciens avaient vraiment zéro revenu. Ils pouvaient faire des concerts par-ci par-là, vendre des disques pas très bien distribués mais n'avaient pas de revenu. Donc ces musiciens là aujourd'hui leur musique elle est diffusable, à moindre coût notamment avec Bandcamp qui pour le coup est vraiment gratuit dans son usage premier ou Myspace à l'époque, donc à partir de là on peut estimer que ces artistes qui avant en gros étaient invisibles à part dans leur région ou dans leur pays et encore, aujourd'hui peuvent devenir visibles dans le monde entier ou dans beaucoup de pays donc techniquement ils peuvent avoir un peu plus de revenu ou en tout cas un minimum de revenu alors qu'avant ils n'en avaient pas. Ils peuvent éventuellement être sollicités pour des concerts, pouvoir faire des tournées là où on ne les attend pas et exister en tant qu'artiste. Pour gagner beaucoup d'argent avec le numérique, il faut clairement être dans une grosse maison de disque, il faut beaucoup de moyens de marketing et beaucoup de fans parce qu'on s'aperçoit que les revenus sont assez minimes à chaque acte d'achat ou de lecture que ce soit de l'achat sur iTunes ou de la lecture sur Youtube qui rémunère également en droit les artistes, les éditeurs, les productions quand il y a la publicité, Spotify et Deezer pareil que ce soit de l'abonnement premium ou de la lecture publicitaire il y a une rémunération mais cette dernière en fait est faite à l'acte est donc elle devient importante quand il y a une masse d'auditeurs qui consomment cette musique. On est vraiment dans de la consommation de bien donc à partir de là, quand on est Miley Cyrus ou Lady Gaga, on peut faire de l'argent mais quand on est un petit artiste, un indépendant, même un artiste qui a une visibilité internationale, l'argent ne se fait pas là. L'argent va se faire dans les tournées, dans les produits dérivés mais aussi dans le placement de musique pour les films ou pour des publicités, ça marche plutôt très bien, et secondairement la vente de version physique, notamment de vinyle qui a d'ailleurs permis à des artistes qui ne vendaient presque pas de vendre toujours pas beaucoup mais en leur rapportant plus. Tout ça cumulé fait que nous sommes toujours dans une toute petite économie. Le numérique est devenu un élément du puzzle qui fait l'économie d'un groupe, c'est un seul élément alors qu'à l'époque du CD, la vente de CD représentait à peu près leur seule source de revenu. Aujourd'hui, la vente de format physique en moyenne doit faire 20% à tout casser.

Si l'achat de musique en ligne se multiplie, cela s'adresse-t-il cependant à tous les types de musique ?

S.F : Globalement oui. On voit que certaines musiques sont dématérialisées plus vite comme la musique populaire (la pop, l'électro-pop, RNB, reggaeton...), toute la musique très jeune s'échange avant tout en ligne. Dans un autre genre, le classique marche aussi beaucoup sur les sites de streaming. Il y a notamment un site qui s'appelle Qobuz qui est une plateforme de streaming française qui s'est placée sur ce créneau là qui fait du streaming de haute qualité sonore. C'est comme Deezer sauf que la qualité de la musique est comme celle d'un CD. Ils se sont vraiment positionnés sur la musique classique et le jazz et ça marche très bien car les auditeurs de musique classique et de jazz sont des gros consommateurs de musique qui en écoutent beaucoup et du coup ils savent qu'ils ont accès à beaucoup plus de choses que ce qu'ils peuvent trouver près de chez eux. La dématérialisation de la musique classique s'est faite très rapidement notamment parce que ce sont souvent des auditeurs assez technophiles et assez riches. Le classique est plus dématérialisé que d'autres musiques, c'est amusant de voir à quel point c'est allé vite.

« Ce n'est pas une industrie pauvre et surtout pas une industrie qui s'appauvrit »

Ces dernières années, nous avons assisté à l'ascension du téléchargement. Certains pays comme la Suède ont fait du streaming leur premier mode d'écoute. L'industrie du disque ne serait-elle pas menacée ?

S.F : Non non, elle a fait la bascule. Elle a mis du temps mais elle a fait la bascule. Elle n'est pas menacée, elle s'en sort très bien. L'industrie de la musique s'est beaucoup plainte dans les années 2000 parce qu'elle ne savait pas comment faire face donc elle a plutôt freiné de tous les côtés au lieu de partir d'Internet et des nouveaux usages des auditeurs pour fabriquer quelque chose qui soit intelligent. Ils ont préféré aller contre ça et du coup ils ont perdu dix ans mais aujourd'hui tout est bien sur pieds. Les grosses maisons de disque vont bien même s'il y en a une de moins puisque EMI a disparu. Elles sont beaucoup moins riches qu'elles ne l'étaient il y a dix ans mais ce n'est pas une industrie pauvre et surtout pas une industrie qui s'appauvrit. En revanche, c'est plus dur pour les petits labels et les artistes indépendants. Pour eux, il suffit qu'il y ait cinquante ou cent de leur acheteurs qui préfèrent acheter sur Spotify ou sur Itunes pour que ce soit un vrai appauvrissement parce que même s'ils auront quand même touché ces auditeurs là, financièrement c'est cinquante ou cent achats qui rapportent deux fois, cinq fois, dix fois moins que l'achat d'un CD ou d'un vinyle et donc du coup quand on est sur des toutes petites masses d'achat de trois cent ou cinq cent ventes il suffit qu'il y en ait quelques unes en moins pour que ce soit une vraie perte financière.

Imaginez-vous qu'à terme, les musiciens ne puissent avoir recours qu'à Internet pour diffuser leur musique ?

S.F : Probablement. Je ne suis pas sûr que le CD existera toujours. Moi j'aime plutôt bien le CD, je trouve que c'est un format qui a été mal utilisé car en fin de compte, le son est bon, il est pratique à ranger, à transporter et moins fragile qu'un vinyle. Après, aujourd'hui ce qu'on voit c'est que le vinyle semble s'installer un peu durablement comme une niche mais disons que je ne suis pas forcément sûr qu'il y ait de la place pour deux niches à terme et quitte à choisir une niche, la plus fétichiste et jolie c'est le vinyle. Peut-être que ce sera plutôt le vinyle qui va demeurer. Le CD va encore plutôt bien, ça reste la majeure partie des revenus d'aujourd'hui, on en est pas encore à la mort du CD mais peut-être que dans cinq, dix ans le CD sera vraiment presque mort. Moi je pense qu'il restera un format physique, je crois pas à la disparition du physique avant une ou deux générations et encore parce qu'il y a quand même un besoin de physique, d'avoir l'objet à la maison, de voir des beaux coffrets et ça globalement l'industrie de la musique l'a bien compris. Après au niveau mondial, pour le très grand public, c'est quasiment impossible car les marchés n'évoluent pas de façon identique. Par exemple, pour les marchés américains et scandinaves, les tubes actuels n'ont déjà quasiment plus besoin de physique. Par contre, tout ce qui touche à un public un peu plus caractériel là il y aura toujours un besoin d'affirmer leur goût et leur attachement à l'artiste en ayant plus que des fichiers mp3 à télécharger.

Propos recueillis par Mélanie Baudin