

2011: ANNÉE CHARNIÈRE POUR L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE?

LE 17 JANVIER 2011 GILLES BABINET

Gilles Babinet relève dix tendances pour 2011. Le cloud, la fin du MP3 en passant par l'avenir potentiellement grandiose de Facebook, il semblerait que la sortie de crise se dessine enfin.

Gilles Babinet est l'un des investisseurs qui comptent sur le marché de l'innovation. Entrepreneur averti, il monte sa première affaire à 22 ans, a fondé **Absolut Design** en 1991, **Musiwave** en 2002, co-fondateur des starts-ups **MXP4**, **Eyeka** ou encore **Awdio**...il prête aujourd'hui son expertise à des sociétés telles Digibonus, CaptainDash, Sac Addict. Initialement publiées en anglais sur le **blog du Midem**, voici les 10 préconisations de Gilles Babinet pour cette nouvelle année 2011.



Pour ainsi dire chacune des 10 années passées, l'industrie de la musique a été sujette à un déferlement de mauvaises nouvelles et de non moins mauvais résultats. L'idée générale est que la musique est un business en voie de disparition (et effectivement les ventes se sont rétractées de 2/3 en 10 ans), incapable de réagir correctement au changement de paradigme qu'amène Internet ; condamné à subir.

Il est notoire que cette industrie a été particulièrement médiocre dans la façon dont elle a essayé de coordonner son action -nous avons bonne mémoire de meetings avec des patrons de maisons de disques, au préalable desquels on venait nous recommander de ne pas même mentionner le concept de mp3- et encore moins de créer une alternative crédible. On connaît la suite. Cependant, l'année qui vient de s'écouler est intéressante car elle semble marquer un début de transition. Il semblerait – cela reste à confirmer- que les chiffres 2010 vont être dans le vert pour la première fois depuis 10 ans. 2011 pourrait donc être plus intéressante encore, si ces nouvelles tendances venaient à s'affirmer. Voici donc nos dix "prévisions" pour 2011. Inch Allah.

En Europe au moins, la chute des ventes va s'arrêter

Nous reconnaissons qu'il s'agit d'une prédiction risquée, mais si l'on s'en tient au 3 premiers trimestres de l'année 2010, il semble que les ventes ont atteint un premier plateau et que les ventes digitales compensent -enfin- la chute des ventes physiques. Même en France, marché traditionnellement difficile en raison du niveau élevé du piratage, les ventes se tiennent plutôt bien. Les plateformes digitales semblent décoller, ce que Hadopi et -dans une

moindre mesure- la carte musique devraient renforcer. Ceci étant dit, il est probable que cette nouvelle donne profite surtout aux majors et aux nouveaux acteurs, de type Believe, tandis que nombre d'indépendants pourraient continuer à souffrir.

La musique, c'est le cloud

En très peu de temps, la musique streamée est devenue super-cool. Et même si Spotify semble avoir quelques difficultés pour rentrer sur le marché américain, son modèle est généralement reconnu comme étant particulièrement prometteur, surtout depuis qu'ils ont révélé avoir des taux de transformation entre utilisateurs gratuits et payant bien plus élevés qu'initialement prévus.

Les avantages d'une telle offre sont tellement évidents qu'elle devrait vite devenir commune à la plupart d'entre nous : plus de mp3 à ranger, accès depuis n'importe quel ordinateur, fonction sociales intégrées, répertoire presque illimité, piratage impossible...



Itunes se déplacera vers le cloud

Depuis sa création, il y a dix ans, son offre n'a évolué qu'à la marge. La modification la plus substantielle ayant sans doute été la suppression de toute DRM, 2 ans auparavant. En conséquence Itunes est clairement perçu comme un soft dépassé, tandis qu'une partie importante de sa base d'utilisateurs considère désormais qu'il est difficile à utiliser, selon nombre d'études. On peut par ailleurs parier que les petits gars de Palo Alto ont toutes les difficultés du monde à faire quelque chose qui soit mieux que Spotify ne l'est.

Le marché devrait commence à se refragmenter

Au cours des dix dernières années, la prédominance de Itunes a été impressionnante. Jusqu'à 88% de part de marché aux États-Unis (selon Steve Jobs himself) et une part de marché mondiale de l'ordre de 70%. Les Majors ont (auraient?) appris la leçon et feraient en sorte que cela ne se reproduire pas. Bonnes nouvelles pour eux: il ya beaucoup de nouveaux arrivants prêts à prendre leur part du gateau.

Le Mp3 est en préretraite

Le format cent fois hype a été inventé il y a plus de 20 ans. Il est maintenant clair qu'en terme d'efficacité, de compression et de fingerprint, il est loin d'être le meilleur. Et le passage au cloud va achever de faire rentrer le mp3 dans histoire.

Le trafic P2P... diminue

Peut-être pour la première fois en plus de dix ans, l'échange P2P a connu de fortes déconvenues, avec des acteurs comme LimeWire obligés de cesser leur activité alors que les peines de prison des fondateurs PirateBay ont été confirmées par la court d'appel suédoise. En conséquence, le trafic P2P semble avoir régressé un peu partout (il n'existe pas de chiffre agrégé). La piraterie ne s'en parle pas moins bien, grâce au fast download... aux VPN et sites illégaux de streaming. Pour 2011, le nombre croissant de lois (comme Hadopi en France) pourrait considérablement réduire ces activités illicites, du moins en Europe.

Les Fans sont de retour ... au moins sur Facebook

Vous pensez que les "fans" Facebook ne sont pas significatifs en termes de business de la musique? Doigt dans l'oeil. La tendance de fond semble être clairement de lier profondément la musique aux réseaux sociaux... Pour nos ados, écouter de la musique signifie regarder des vidéos (forcément musicales), jouer à des jeux vidéo (en même temps) ou être sur FB.. Cela pourrait expliquer pourquoi la valeur faciale de la musique a chuté à près de zero pour les très jeunes ados (étude Nielsen sur le marché UK). Toutefois, la bonne nouvelle est que 12 des 20 profils Facebook ayant le plus grand nombre de Fans sur Facebook sont des musiciens. Et ces artistes se rendent à présent compte qu'ils peuvent vraisemblablement monétiser ces fans. L'exemple du Social Gaming en plein essor a prouvé que le nombre de fans n'est pas un concept fumeux de marketeur en manque de reconnaissance, mais est une source de revenu tangible. Mettre en relation les fans (via des réseaux sociaux) avec la musique peut être un axe de développement très significatif pour l'industrie musicale. Quelques start-ups -dont MXP4- ont clairement identifié cette opportunité. On en est encore au début, mais il ya des raisons de croire qu'il peut s'agit d'un business encore plus explosif que le marché de -feu- les sonneries de mobile.

La valeur change de mains

Cela a commencé il y a longtemps avec les e-commerçants (Itunes, Amazon ...) et plus récemment avec les plateformes type Deezer, Spotify, Pandora ... Mais depuis deux ans, les sociétés de type CDBaby, Orchard, et Believe -issues du monde de l'Internet- augmentent clairement leurs parts de marché. On notera que l'augmentation des tarifs Sacem est également de nature à renforcer des offres de type Jamendo. On ignore cependant si les revenus de ces nouveaux acteurs »sont reconnus et admis par l'industrie de la musique (nous supposons que la situation diffère d'un pays à l'autre). En revanche nous parions sur le fait qu'ils vont devenir en 2011 des acteurs à part entière de l'écosystème, à l'instar du fondateur de Believe, devenu patron.... du Snep.

La Long tail crée de la valeur

Même si ce concept popularisé par Chris Anderson est à présent largement critiqué, nous ne pouvons pas nier que la valeur de la musique située dans la partie longue de la queue a considérablement augmenté et qu'elle représente à présent une grande partie du chiffre d'affaires nouvellement créé.

2011, nous pourrions voir l'émergence d'un artiste grâce à Facebook

Mark Zuckerberg a récemment fait comprendre qu'il souhaite "réorganiser" le contenu (y compris la musique) en peu de temps, grâce à de nouvelles fonctionnalités Facebook qu'il devrait peu à peu dévoiler en 2011. Il comprend bien qu'ayant construit le plus grand réseau social de tous les temps il dispose d'une plateforme unique pour promouvoir de nouveaux contenus. Notre pari est que, en 2011, un artiste qui attendra un jour une renommée mondiale émergera grâce à Facebook.

—

Initialement publié sur: **sawnd**

Crédits photos CC flickr: **feuillu; alberto cerriteno; Scammah**

2 pings

Tweets that mention 2011: année charnière pour l'industrie de la musique? » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 17 janvier 2011 - 18:43

[...] This post was mentioned on Twitter by zenzineburner, Jonathan Garry and others. Jonathan Garry said: [Discolab] 2011: année charnière pour l'industrie de la musique?: Gilles Babinet est l'un des investisseurs qui ... <http://bit.ly/hDOLIQ> [...]

#MIDEM11 Gilles Babinet, serial entrepreneur » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques le 4 février 2011 - 15:07

[...] 2011: année charnière pour l'industrie de la musique? Albin Serviant : MXP4, précurseur du social music gameLe MP3 anachronique[INTERVIEW] Franck Florino, artiste vidéoLe nouveau Casino relaxé face à l'inspection du travail[ITW] L'apprentissage musical est au bout du clavierPourquoi vous subissez René la taupe? A qui est ce tube? [...]

