

LA TÉLÉVISION MUSICALE FAIT SON COMEBACK

LE 9 FÉVRIER 2011 MUSIC ALLY

La télévision musicale est en phase de devenir une source incontestable de revenus et internet la transporte. Rapport d'activité 2010 par Music Ally.

Nous avons tenté d'éviter de nous attarder sur les séries de pronostiques 2011 érigées par les "gourous" de l'industrie qui, même si formulées par des personnes respectables et dotées de talents incontestables, peuvent parfois nous induire en erreur ou nous ôter nos idées folles pourtant réalisables et peut-être mêmes géniales. Nous avons donc opté pour cet article, extrait d'un bilan élaboré par Music Ally (dont vous pourrez trouver la série originale [ici](#)), qui résume la situation actuelle d'un point de vue américain sans pour autant prétendre prédire l'avenir.

Cet article est la dixième partie de la série des tendances 2010 publiée sur Music Ally. Retrouvez [la première partie de cette série](#).



Si Pandora et Spotify sont deux des success stories de 2010, alors **Vevo** en était une troisième. Il enregistre actuellement environ 500 millions de visionnages de clips par mois, sur le site ou via iPhone. Et ça n'est qu'une des façons dont la télévision et la musique se rapprochent.

Avec YouTube, Vevo a prouvé qu'il y avait une énorme demande de vidéos musicales en ligne, surtout quand elles sont proposées gratuitement, avec de la publicité. Un modèle sujet à controverse pour la musique en streaming, mais qui est moins problématique pour la vidéo, peut-être parce que le nombre de vidéos vendues auparavant était trop bas pour justifier les craintes de cannibalisation.

Une tendance importante pour Vevo cette année a été son évolution d'un simple rôle de diffusion à celui de programmation, offrant des concerts en streaming et des émissions musicales à son audience. Qui aurait pu prédire que le MTV du Web 2.0 allait partiellement appartenir aux majors ? En fait, peut-être que ça n'était pas aussi difficile à prévoir, étant donné la façon dont les ayants-droits ont manqué le coche (et les revenus) lorsque MTV a été lancée.

Une des nouvelles fonctionnalités, Vevo Evolved, une partie du site dédiée aux vidéos musicales innovantes, a commencé avec "un clip dont vous êtes le héros" de Andy Grammer. Cette année, il était loin d'être le seul artiste à explorer les différentes possibilités

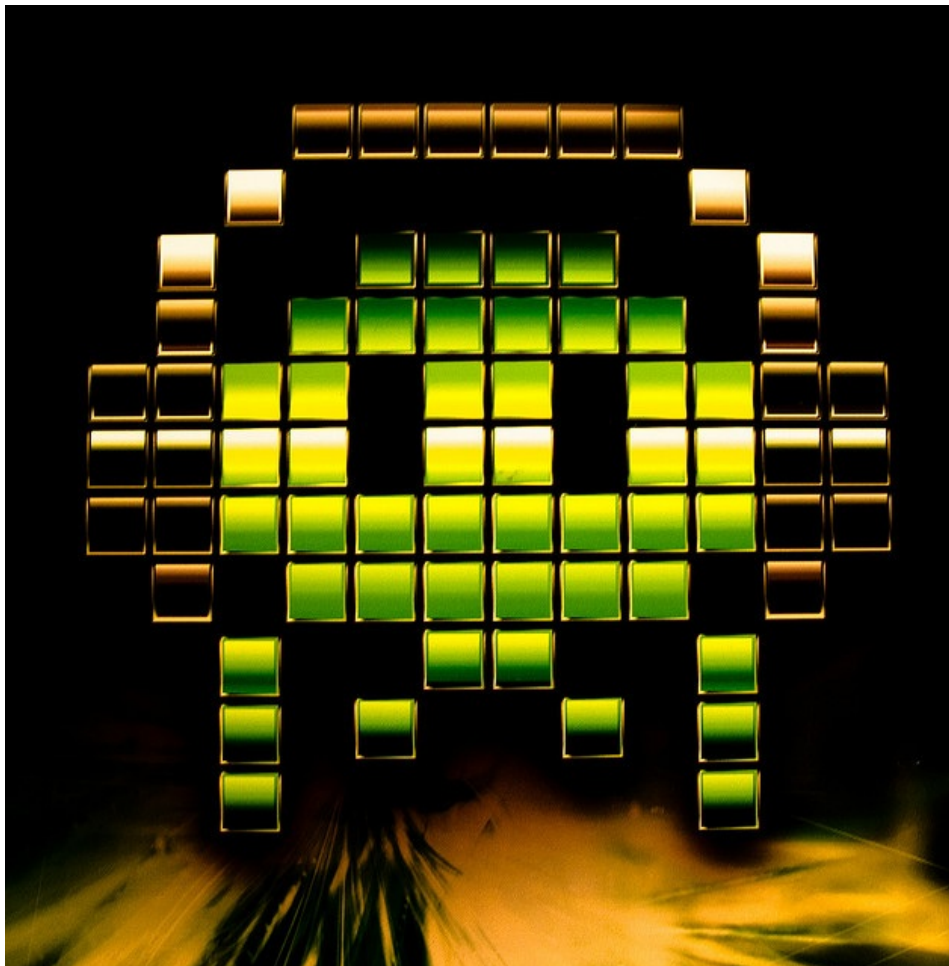
des vidéos interactives : **Robyn**, **Arcade Fire**, Cassius et **Tiffany Page** s'y sont également essayés.

Le buzz autour de Vevo ne doit pas faire oublier le fait que les vidéos de musique en ligne ont donné lieu à quelques prises de bec en 2010 : la plus notable lorsque UMG a retiré son catalogue des sites web de MTV, suite à des négociations dans lesquelles Vevo était impliqué. Pendant ce temps, WMG toujours réfractaire à Vevo, préférait conclure un accord avec... MTV.

Une autre tendance distincte est le mouvement de la musique vers la télévision traditionnelle, la boîte dans le coin du salon. 2010 a vu des entreprises différentes – Google et Samsung y compris – lancer des télévisions connectées capable de télécharger des applications. **Pandora** et **Napster** sont depuis longtemps sur ce marché, mais il faut s'attendre à ce que tous les services de streaming les y rejoignent en 2011.

Pendant ce temps, comme l'a montré Spotify, il y a des accords à conclure avec les acteurs du secteur des télécoms qui proposent une offre triple-play (haut-débit, mobile et TV). **Virgin Media** doit encore lancer son propre service musical, mais l'annonce en novembre d'une box équipée par TiVo et dotée d'un système d'applications a ouvert la voie au streaming musical – et nourri les spéculations concernant un éventuel partenariat entre Virgin Media et Spotify.

Un des mélanges pas si positifs entre la musique et la télévision cette année a eu lieu dans les jeux pour consoles, où les revenus des jeux musicaux ont poursuivi leur déclin. **Viacom** a récemment révélé sa volonté de revendre la division développement en charge du jeu Rock Band, ce qui – malgré qu'elle ait rappelé que les jeux n'étaient pas le coeur de son business – ressemblait tout de même à un désaveu.



Vendre de la musique pour une utilisation dans des jeux vidéo traditionnels continue d'être une source de revenu considérable pour l'industrie, et les jeux purement musicaux semblent dans une impasse – Dance Central sur Xbox 360 est un des jeux en vogue pour Noël, grâce essentiellement au système de détection de mouvement Kinect. Cependant, 2010 a vu l'industrie de la musique s'accoutumer du fait que les jeux pour consoles n'étaient qu'un revenu parmi d'autres, une perspective plus raisonnable que les folles prédictions qui étaient faites quand le genre était à son apogée, il y a deux ou trois ans.

Cependant, les consoles fournissent une autre opportunité, grâce à des services comme **VidZone** sur PS3 ou **Zune** et **Last.fm** sur Xbox 360. Les consoles deviennent des appareils

multi-fonctions, qui font rentrer les services musicaux dans la télévision de la même manière que les services de la télévision connectée.

—

Article initialement publié sur **Music Ally** et traduit par **Martin Utersinger**

Retrouvez la **partie 8** de la série trends of 2010 en français.

Crédits photos CC flickr : [http: familymwr](http://familymwr); [the Gu k](http://theGuK); wuhuu

2 pings

Tweets that mention La télévision musicale fait son comeback » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 9 février 2011 - 15:38

[...] This post was mentioned on Twitter by Caroline Kr, Jacky Degueldre, Owni, Valery__, OWNImusic and others. OWNImusic said: La télévision musicale fait son comeback <http://t.co/LJb4XKO> via @ownimusic #connected #device [...]

Sélection d'articles sur les artistes indépendants et le web musical (du 04 au 11/02/2011) TE/MS le 11 février 2011 - 20:16

[...] La télévision musicale est en phase de devenir une source incontestable de revenus et internet la ... SHARE: [...]