

MUSIQUE : FLOPS ET HITS EN 2009

LE 13 JANVIER 2010 *BABGI (SAWNDBLOG)*

Ca n'a l'air de rien, mais 2009 a vu l'émergence de plusieurs initiatives qui visent à changer l'expérience musicale, telle que nous la connaissons. Mais en 2009, il y a eu également plusieurs flops, et il nous a semblé intéressant de résumer tout ça ...

Ca n'a l'air de rien, mais 2009 a vu l'émergence de plusieurs initiatives qui visent à changer l'expérience musicale, telle que nous la connaissons. Mais en 2009, il y a eu également plusieurs flops, et il nous a semblé intéressant de résumer tout ça :

Ce qui a marché :

CRM : le gros mot d'il y a quelques années est devenu un Graal, et aujourd'hui les maisons de disques se battent à qui mieux-mieux pour savoir qui aura lancé le plus d'initiatives liées au Customer-Relationship-Management... Avoir la relation avec le consommateur, voilà qui est important et il a fallu attendre 2009 pour que ce soit enfin une évidence. C'est à ce chantier que les talentueuses start-up **Opendisk** et **Digicompanion** s'attellent.

Crowdsourcing musical : On aura beaucoup entendu parler de **MyMajorCompany** en 2009. Le modèle, qu'ils n'ont cependant pas inventé (**Cellaband**, **ArtistShare**, **Spidart...**), consiste à produire des artistes qui auront été élus -et auxiliairement financés- par les internautes. Le système a cependant ses limites et souffre d'engorgement (il n'y aurait pas de nouvelles signatures avant la fin de l'année pour MMC) ainsi que d'un très faible rendement pour les fans-financeurs... Il faudra sans doute attendre encore quelques années pour en connaître le potentiel.

Live-Streaming : c'est la grande tendance de l'année. De nombreux dossiers de start-up dont l'objectif est de streamer concerts et boîtes de nuit en live, sont sur les bureaux des fonds d'investissement. **Awdio** fait évidemment partie du lot. Reste que l'infrastructure technique n'est pas à la portée du premier venu (plus encore pour ceux qui veulent faire de la video), et que le modèle économique reste -là aussi- à trouver...

Mxp4 : n'en déplaise à ceux qui peuvent penser que ce papier a un petit arrière goût de publi-reportage, le **mxp4** peut effectivement être le début d'une nouvelle ère d'expérience musicale, élargissant le spectre d'affinités par rapport à un titre donné. Votre serviteur a eu l'occasion de jouer avec les futures versions de cette technologie et en est resté impressionné.

Spotify : en créant un client installé en dur, Spotify a fait un joli coup et commence à avoir une vraie réputation de challenger de iTunes... Il est amusant de remarquer qu'on en parle plus qu'ailleurs... aux Etats unis, là où Spotify a toutes les difficultés du monde à se lancer.

Streaming : Et oui, encore lui, mille excuses pour ceux qui trouvent que nous nous répétons, mais à présent que le verrou du mobile a sauté, il n'y a aucune raison de ne pas croire que le streaming se retrouvera prochainement au coeur de l'expérience musicale. La conséquence ne sera d'ailleurs pas technique, ni même dans l'usage, mais concernera le business-model : progressivement, l'abonnement devrait supplanter l'achat de titres à l'unité ou à l'album... une forme de licence globale déguisée ;-)?

Et ce qui n'a pas (encore) ou plus marché :

5.1 : certains ont caressé l'espoir que le 5.1 remplace peu à peu le format stéréo... Pas en 2009 en tous cas. On a bien vu par-ci et par-là quelques initiatives originales (des casques 5.1 par exemple), mais ce standard reste cantonné au cinéma. Il est d'ailleurs très dommageable que plus personne ne s'intéresse au son. On constate un désintérêt profond sur le sujet... Comme si tout le monde était convaincu que le son était optimal en mp3... et que le casque qui est fourni en standard avec les Ipod était un must (une abomination en réalité). Souhaitons -vivement- que 2010 voit apparaître des initiatives allant dans le sens du grand Son, tel qu'on le recherchait dans les années 70 (ah, les amplis Mackintosh, les enceintes Rogers, les platines Regaplanar...).

CMX : ce nouveau format musical, plusieurs fois annoncé comme révolutionnaire, tarde à voir le jour et il est donc difficile d'y porter un jugement approprié. Il n'en reste pas moins que l'on peut être dubitatif lorsque l'on voit que le cmx.com -de ce qui n'est sans doute il est vrai qu'un nom de code- n'appartient pas même à ses promoteurs, Warner, Universal et EMI.

En finir avec la Sacem : nombre de start-up ont essayé de créer des services alternatifs à la Sacem... Jamendo est de ceux-là et même si leur modèle est prometteur (vendre des flux pour sonoriser les magasins), ils n'en éprouvent pas moins des **difficultés**. Nous leur souhaitons tout le meilleur -qu'ils méritent- pour 2010. Et ce n'est pas Créative Commons qui va non plus changer la donne, même si cette autre initiative est remarquable.

Myspace... et Myspace Music : Après avoir été racheté une fortune (environ 900 millions de dollars) par Murdoch en 2006, le site communautaire a continué à croître une année à vitesse grand V... puis, la chute n'en fut que plus rude. Même si Myspace reste très fréquenté par les musiciens, il a incontestablement glissé de son piedestal. Le lancement sans cesse retardé de MyspaceMusic n'est pas fait pour arranger les choses.

Spotify (bis) : l'opacité qui régit sur les chiffres exacts n'est pas de très bon augure. D'expérience, une start-up qui se refuse à publier ses chiffres est généralement beaucoup moins avancée qu'elle ne souhaite le faire croire. En tout état de cause, le nombre d'abonnements reste faible et est largement en deçà de ce qui était espéré (et budgeté). Cette observation vaut également pour ses concurrents, français compris.

Etc. etc.

—

» **Article initialement publié sur Sawnd Blog**

1 ping

Article : Revue de liens [17 janvier 2010] Espace et temps | Blog de Tom le 17 janvier 2010 - 20:05

[...] [http://owni.fr/...](http://owni.fr/) ; *musique flops et hits en 2009* [...]