

TABLE RONDE SUR L'AVENIR DE LA MUSIQUE : COMPTE-RENDU

LE 5 JUIN 2009 *GUILLAUME LEDIT*

Du beau monde dans les locaux de Cap Digital ce 3 juin, pour une table ronde sur l'avenir de la musique organisée dans le cadre de Futur En Seine : Pierre Bellanger (Skyrock), Olivier Samouillan (publicmusic.eu), Jean Marc Plueger (jiwa.fm), Jérémie Nestel (libreaccés.org), Patrick Haour (jamendo.com), Eric Morand (Pias Music), Borey Sok (musique2.0), Thomas Pawlowski (Goom [...])

Du beau monde dans les locaux de Cap Digital ce 3 juin, pour une table ronde sur l'avenir de la musique organisée dans le cadre de Futur En Seine :

Pierre Bellanger (Skyrock), Olivier Samouillan (publicmusic.eu), Jean Marc Plueger (jiwa.fm), Jérémie Nestel (libreaccés.org), Patrick Haour (jamendo.com), Eric Morand (Pias Music), Borey Sok (musique2.0), Thomas Pawlowski (Goom Radio) et Alexandre Grauer (Qwartz).

Animés par Damien Douani, les échanges se sont avérés extrêmement intéressants, chacun présentant sa vision du futur de la musique sans pour autant prêcher uniquement pour sa chapelle.

Le constat partagé par l'ensemble des intervenants est que le modèle économique de l'industrie du disque ne peut plus fonctionner sur le schéma actuel qui est à réinventer à l'heure où nous écoutons plus de musique que jamais.

La dématérialisation des supports a entraîné jusqu'à la remise en question totale du système de protection des œuvres par la propriété intellectuelle, que Fabrice Epelboin considère comme une "parenthèse" dans l'histoire de la culture. La conversation a d'ailleurs débuté par une présentation de ce dernier sur les Creative Commons qui entraînent l'apparition d'une économie du partage et de l'échange avec laquelle les majors sont entrées en guerre, notamment par l'intermédiaire de lois comme Hadopi.

Après une rapide présentation de chacun des intervenants, les débats se sont orientés vers plusieurs thématiques. J'essaye ici d'en retranscrire le plus fidèlement la teneur.

L'avenir du disque

Suite à une question de Damien Douani sur la musique comme produit d'appel, Alexandre Grauer souligne que le support physique (CD) peut survivre en tant qu'objet collector, et que le packaging prend de ce fait de l'importance. Seul représentant des maisons de disques, Eric Morand affirme que les ventes digitales ne représentent que 10% du marché global de la musique. Il qualifie néanmoins le moment que nous vivons "d'inertie avant que tout bascule".

Pierre Bellanger confirme ce qu'il propose et dénonce l'actuelle "volonté de revenir en arrière" des maisons de disque qui doivent "coudre un parachute en pleine chute". L'avenir se joue pour lui dans la prestation de service autour de la musique qui justifie de payer : qualité, facilité d'accès etc.

L'artiste du futur

Olivier Samouillan, seul artiste du panel, pose le premier la question de la place de l'artiste au sein de ces mutations. Devra-t-il devenir multicasquettes et assurer lui-même édition, promotion et diffusion ?

La question est importante et a été reprise par une jeune artiste présente dans le public. Le métier de manager, très reconnu dans les pays anglo-saxons, est en France exercé par les maisons de disque, les tourneurs et parfois les artistes eux-mêmes.

Au moment où il devient de plus en plus facile et de moins en moins onéreux de s'autoproduire, les musiciens de demain devront-ils consacrer une partie importante de leur temps à la promotion ? Certains le font déjà en utilisant Internet qui permet un accès direct au public, mais il semble évident que leur activité principale doit rester de créer.

Pierre Bellanger évoque également le modèle de David Bowie qui est devenu une

personne morale musicale (PMM) gérant son image de marque lui-même, et créant de la valeur tant autour de sa musique que de son nom.

Quels modèles pour quels futurs ?

On assiste actuellement à des expérimentations visant à transformer l'écosystème dans son ensemble. Bien que peu de gens prennent des risques aujourd'hui, plusieurs perspectives se dessinent.

- L'association Libre Accès, représentée par Jérémy Nestel, diffuse uniquement des oeuvres sous Creative Commons. Les artistes sont donc également militants pour une culture de l'échange dans laquelle l'industrie n'a pas sa place.

- Thomas Pawlowski affirme que d'autres façons de créer de la valeur sont possibles, notamment par l'intermédiaire des radios sur mesure pour des marques, comme le fait Goomradio.

- Patrick Haour de Jamendo défend quant à lui son modèle, qui vise à permettre aux musiciens inscrits sur le site de trouver d'autres formes de diffusion de leur musique (lieux publics, publicité) leur permettant d'accéder à d'autres sources de revenus. Le site remet de ce fait en cause le monopole de la SACEM.

- Internet accélère bien évidemment l'ensemble de ces changements, notamment au travers des réseaux sociaux. Certains artistes sont reconnus grâce à une "percolation positive par le réseau", selon le mot de Pierre Bellanger. Les communautés peuvent donc permettre de faire la promotion de certains artistes en réduisant les coûts de promotion. Certains professionnels du marketing l'ont bien compris et tentent de passer par les communautés pour faire parler de leurs artistes.

- La licence globale ou le mécénat global n'ont été évoqués qu'en fin de débat. Il existe donc, face à la désindustrialisation de l'économie de la musique, tout une palette d'alternatives et de voies à explorer.

Le système est à réinventer, l'avenir est là et il sourit aux audacieux.

MATTHIEU

le 6 juin 2009 - 13:22 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Merci pour ce résumé !

J'avais lu une excellente étude de la Fing à ce propos. Musique et numérique, créer de la valeur par l'innovation : <http://www.fing.org/?Synthese-Musique-et-Numerique>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Ah si j'étais un artiste ... | Tête de Quenelle ! le 9 octobre 2009 - 0:18

[...] Table ronde sur l'avenir de la musique en ligne – Owni.fr [...]