

GOOGLE VS. MUSIC

LE 2 FÉVRIER 2011 MUSIC ALLY

Voici l'observation de nos homologues d'outre-Atlantique Music Ally sur l'attitude de Google par rapport à la musique en 2010. Affaire à suivre...mais voici déjà un bon résumé de la situation.

Cet article fait partie d'une série publié sur le site Music Ally, et disponible [ici](#).

La relation de Google avec l'industrie musicale est la définition même de "meilleur ennemi". Avec YouTube et Vevo, la firme de Mountain View est devenu un partenaire incontournable des labels, mais a chuté particulièrement brutalement avec GEMA (société de gestion collective en Allemagne). Son attitude à l'égard du copyright a été le principal point d'achoppement, du moins jusqu'à l'annonce surprise de décembre.

La situation de Google est un peu particulière : l'entreprise possède la plus grosse plateforme de consommation de musique au monde (YouTube), mais c'est aussi le plus gros répertoire de musique illégalement téléchargeable au monde. L'entreprise a lancé en Chine un service de téléchargement anti-piratage financé par la pub, alors que son service AdSense affiche régulièrement de la publicité pour des sites pirates. Oh, est-ce que nous avons mentionné le fait qu'ils voulaient lancer un service de stockage de fichiers 'dans les nuages'.

YouTube reste en désaccord avec GEMA et plusieurs artistes en Allemagne, même si il a résolu son différend avec PRS Music en Grande-Bretagne. Son procès pour violation de copyright contre Viacom était un rappel salutaire du chemin parcouru depuis son rachat par Google : son système ContentID a aidé avec succès les labels à gagner de l'argent avec les contenus uploadés par des utilisateurs tiers, même si les éditeurs se sont plaints de la manière dont Google reconnaissait les ayants-droits dans ce domaine.



D'une certaine manière, beaucoup des problèmes historiques entre Google et l'industrie de la musique se résument à un choc des cultures, incarné cette année par un tweet de Nikesh Arora, cadre de Google : "Je vais discuter avec l'industrie musicale britannique cette semaine. Des idées sur des choses à propos desquelles je dois les éclairer ?" Cela n'a pas aidé Google à changer la manière dont il est perçu : arrogant et pas assez inquiet des problèmes des ayants-droits.

C'est pourquoi l'annonce récente sur les infractions au copyright est si importante, sans parler du fait que certains corps de l'industrie musicale – notamment le BPI – s'inquiètent que Google n'aille pas assez loin.

L'entreprise s'est efforcée de simplifier son formulaire de retrait de contenu, d'améliorer sa fonction 'Suggestion' afin que les utilisateurs ne soient pas incités à rajouter 'torrent' ou

d'autres termes associés au piratage à leurs recherches et de travailler avec des services de musique légaux pour offrir des extraits gratuits au sein des résultats de recherche.

Ce que Google ne fait pas, c'est de retirer automatiquement les sites contrevenants de ses résultats de recherche, en tout cas pas sans une demande de retrait. C'est ce qui a provoqué la colère de BPI, faisant dire à son patron Geoff Taylor que Google "ignore le cœur du problème – et que sa recherche dirigeait une écrasante majorité de consommateurs à la recherche de musique ou d'autres divertissements numériques vers des sites illégaux".



Cependant, d'autres actionnaires ont confié à Music Ally que les progrès de Google correspondaient à leurs attentes en matière de changement dans ses services. Le point important, c'est que Google a écouté l'industrie et a évolué sur la plupart de ses sujets d'inquiétude. De manière assez peu surprenante, étant donné que Google est simultanément en négociation avec des ayants-droits en vue de lancer son propre service musical, ce qui requiert autant de bonne volonté que possible, étant donné également ses propositions de stockage 'dans les nuages'.

Si 2010 était l'année du "processus d'écoute", 2011 sera celle où Google Music pourra peut-être prouver qu'il peut faire une différence pour l'industrie de la musique – comme l'espère Edgar Bronfman Jr de WMG, à en juger des commentaires sur ses derniers résultats trimestriels. Le lancement en décembre de Google eBooks fournit une preuve limpide de l'ambition de l'entreprise : un service qui permet aux gens d'acheter des e-books et de les lire sur différentes plateformes, appareils ou navigateurs.

L'histoire de iTunes a rendu les ayants-droits méfiants vis-à-vis des entreprises hi-tech qui leur promettent de révolutionner leur business, mais cela les pousse également à encourager la concurrence d'iTunes dans l'écosystème de la musique. Google pourrait faire l'affaire : c'est pourquoi 2011 pourrait voir l'industrie musicale surveiller de très près son meilleur ennemi.

–

Article initialement publié sur Music Ally et traduit par Martin Untersinger.

Crédits photos CC Flickr **Lars Plougman, Sonicbloom, dullhunk**

4 pings

Tweets that mention Google vs. music » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 2 février 2011 - 12:44

[...] This post was mentioned on Twitter by Valentin Squirelo, Gabriel Hallé TEAMS, Imprimerie KHILIM, hadopiland, Brice Reiter and others. Brice Reiter said: RT @owni: Google vs. music <http://bit.ly/hPSz5p> sur @OWNImusic [...]

Sélection d'articles sur les artistes indépendants et le web musical (du 28/01 au 04/02 2011) TE/MS le 4 février 2011 - 19:30

[...] Google VS. Music [...]

Rendez-Vous Digital | Be Creative. Be Strategic. | Google Vs. Music le 8 février 2011 - 14:07

[...] Via OwniMusic (Article initialement publié sur Music Ally et traduit par Martin [...])

La télévision musicale fait son comeback » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques le 9 février 2011 - 15:04

[...] Google vs. music Same topic [...]