

INDUSTRIE MUSICALE : FINI DE RÊVER

LE 14 OCTOBRE 2010 WAYNE ROSSO

Wayne Rosso s'interroge avec un humour grinçant sur l'état de l'industrie du disque et partant des paroles d'une chanson de John Lennon, *God*. Le constat est sans appel : le rêve est bel et bien terminé.

Wayne Rosso, auteur sur **The Music Void** et administrateur de son propre site **Wayne's World**, propose nombre de billets pertinents sur l'état actuel de l'industrie musicale. Il s'intéresse aujourd'hui sur un ton sarcastique aux mauvais choix effectués par les gros bonnets de l'industrie musicale concernant les opportunités offertes par la vente en ligne.

Cette semaine, John Lennon aurait eu 70 ans. Cela m'a fait penser aux célèbres paroles de sa chanson "*God*" : "**The dream is over**" (fini de rêver).

La chanson fait sans doute référence à la fin des Beatles, mais il semblerait qu'elle s'applique également aux services de musique en ligne autrefois très prometteurs.

Investir ? Non merci.

L'espoir d'être à l'origine de la transformation la plus profonde de l'industrie musicale, qui a inspiré les entrepreneurs il y a plus de dix ans, a fini par être anéanti par les gens qui en auraient tiré le plus de profit : ceux de l'industrie de la musique.

Les jeux sont faits. Plus aucun protagoniste de poids ne mettra un pied dans le business. Les investisseurs ne veulent pas nourrir l'illusion qu'ils financeront la moindre start-up liée à la musique, qu'elle soit brillante et innovante ou non. Comme l'a confié le représentant d'un grand groupe de média il y a quelques mois, il en ont marre de signer de gros chèques d'avances aux labels. Sans parler des énormes honoraires dont les start-up doivent s'acquitter pour acquérir leur licence, un procédé qui prend au minimum un an (sans vraie raison, serais-je tenté d'ajouter).

L'ironie de tout cela réside dans le fait que les labels se sont mis-eux mêmes dans la situation où ils doivent dépendre du gros de leurs ventes numériques via des boîtes qui se contrefichent de vendre de la musique : Apple, Amazon et maintenant Google. Ces géants génèrent des revenus immenses, mais 99,9% de ceux-ci n'ont rien à voir avec la vente de musique en ligne.

Vous vous souvenez quand les gens de l'industrie de la musique s'est écriée "plus jamais" quand ils ont enfin compris qu'Apple gagnait une fortune grâce aux ventes d'iPods ? Ils disaient alors que jamais plus ils ne laisseraient un fabricant de hardware s'en tirer sans leur reverser une partie de ses bénéfices. Doug Morris a brillamment mis cette menace à exécution : pour chaque "Zune" vendu, c'est 1\$ qui lui revenait. Bien joué, Doug ! Tu devrais aller préparer des burgers au McDo. Avec l'argent que tu t'es fait grâce à ce deal, tu pourrais te payer un menu Best Of pour le déjeuner.

Un dirigeant expérimenté du secteur de la musique en ligne m'a récemment dit que "les labels, c'est de la sous merde. Ils vont à Cupertino (*ville abritant le siège d'Apple, ndt*), laissent Steve Jobs leur donner la fessée, reviennent chez eux et essaient de piquer tout ce qu'ils peuvent aux start-up pour se remonter le moral.



Non, Google Music ne sauvera pas l'industrie.

Le fait que Google ait à coeur de s'imposer comme un acteur sérieux avec une vraie offre musicale donne des sueurs froides à tous les juristes de maisons de disques. Ils ont l'impression que tout va changer à cause de ça. Ce n'est pas le cas. Les gens ont tendance à oublier que ce n'est pas parce que c'est Google que ça va cartonner. Ils traînent leur lot de casseroles : vous vous souvenez de Google Wave et Buzz ?

Les labels comptent sur Google pour les libérer de l'étreinte mortelle d'Apple. Ca n'arrivera pas. Il est certes possible que Google absorbe quelques parts de marché, mais pas au détriment d'Apple. C'est comme ça qu'a procédé Amazon avec son site de vente de musique en ligne.

De ce que l'on sait, Google ne va rien proposer de particulièrement innovant. En gros, il s'agit d'un clone d'iTunes assorti d'un service de stockage payant. Ca n'a apparemment rien de plus que ce qui a déjà été fait par d'autres. Personne ne paiera 25\$ par an à Google pour stocker sa musique sur un cloud. Les labels comptent sur la moitié de ce revenu. De plus, les noms qui circulent dans les médias pour prendre la tête de Google Music sont juste grotesques.

Ce que l'industrie a accompli, c'est exactement ce dont elle n'avait pas besoin. Ils ont anéanti la concurrence. Bravo. Fini de rêver.

—

Article initialement publié sur **The Music Void** et **Wayne's World**

Crédits photos : FlickrR CC : **flickrich** ; **shallowend**

READER

le 14 octobre 2010 - 19:35 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En France, on a AlloMusic.com qui arrive, streaming + contenu éditorial. On verra bien, mais pourquoi ne pas les soutenir? ;-)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Tweets that mention Industrie musicale : fini de rêver » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 14 octobre 2010 - 19:50

[...] This post was mentioned on Twitter by Maria and Loïc DR, OWNImusic. OWNImusic said: Industrie musicale : fini de rêver <http://goo.gl/fb/OL78D> [...]

Revue de presse, revue de blogs de la semaine | Discolab le 5 janvier 2011 - 15:49

[...] "Un cynisme ambiant terrible et des collègues de travail insupportables", Viceland, 15/1004. Industrie musicale : fini de rêver, Owni Music, 14/1005. Bing s'essaie à la recherche sociale en intégrant Facebook: Bing et [...]