

# PASCAL NÈGRE : “ON A UNE IMAGE D’HOMMES PRÉHISTORIQUES”

---

LE 4 DÉCEMBRE 2010 OWN MUSIC

---

Pour évoquer les évolutions du secteur de la musique, entretien avec l'une de ses figures emblématiques: Pascal Nègre, PDG d'Universal.

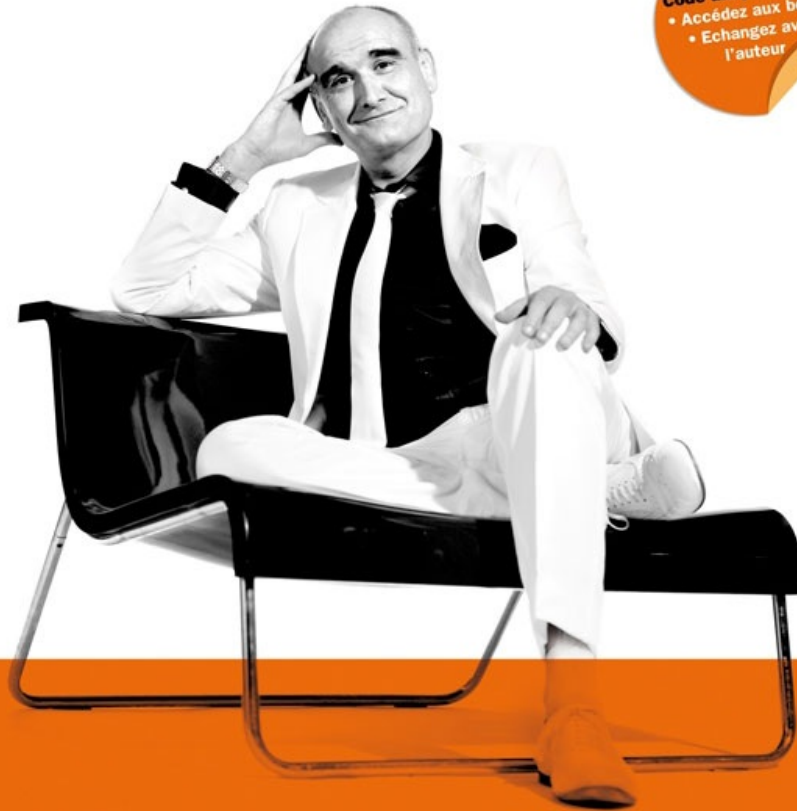
Lorsque **Pascal Nègre** sort un livre (*Sans Contrefaçon*, titre gracieusement accordé par son amie Mylène Farmer) qui revient sur sa carrière, de ses débuts sur une petite radio de la région parisienne à son ascension au poste de P-DG de la première major de France, l'occasion est trop belle. OWNmusic en a donc profité pour le rencontrer et l'interroger sur les questions qui animent voire secouent l'industrie dont il est une des incarnations emblématiques.

L'homme, affable, est relativement facile d'accès et accueillant. Du haut de son bureau du Vème arrondissement, nous abordons des sujets qui font polémique et parfois même fâchent. Si l'échange est parfois animé, M. Nègre nous assure qu'il n'est *“jamais en colère, mais convaincu”*.

Le parti pris de notre interview était moins de parler du livre et de l'auteur (sur lesquels vous pourrez trouver de nombreuses critiques plus ou moins élogieuses) que d'entendre les positions de l'un des hommes les plus puissants de l'industrie musicale en France. Une industrie qui, comme chacun sait, subit des mutations fondamentales.

Nous avons délibérément choisi de vous donner accès à **l'intégralité de notre entretien** [PDF], qui a duré près d'une heure quinze au lieu de la demi-heure initialement prévue. Preuve que même si nos avis divergent (et ce fut souvent le cas au cours de cet entretien), rien n'empêche d'échanger avec un chef d'entreprise souvent décrié.

Code unique inclus :  
• Accédez aux bonus  
• Echangez avec  
l'auteur



# PASCAL NÈGRE

## SANS CONTREFAÇON

avec la collaboration de Bertrand Dicale

Nous rencontrons Pascal Nègre au cours d'une semaine qui s'annonce historique pour les charts anglais. L'ancien boysband **Take That**, reformé et revenu à son succès d'antan, a sorti son nouvel album quelques jours plus tôt et est en passe de battre les records de ventes pour une première semaine. Il s'en est finalement vendu 520 000 en sept jours, soit la meilleure première semaine depuis Be Here Now d'Oasis en 1997... un jackpot pour Universal, la maison de disques du quintette britannique. C'est un beau prétexte pour interroger leur patron sur cette différence notable entre anglais et français: pourquoi ceux-ci achètent-ils toujours autant de disques ?

“

***Les anglais ont une relation totalement différente à la musique. Posséder de la musique est quelque chose de culturellement fondamental.***

”

*“Alors évidemment après il y a des débats mais pourquoi ? Ça n'est en tout les cas pas parce qu'on a loupé quelque chose puisque c'était le cas dans les années 60, dans les années 70 et ainsi de suite. J'ai souvent abordé le sujet en demandant pourquoi. Certaines personnes ont une analyse assez originale qui consiste à dire que le 45 tours était un support surpopulaire en Angleterre dans les années 60, tandis qu'en France c'était un support acheté par les classes moyennes. Alors j'en rajoute un peu et je n'aime pas ces termes, mais la musique,*

*c'était vraiment un truc de prolo en Angleterre. En France, ceux qui achetaient un 45 tours étaient dans la classe moyenne.*

*L'autre argument étrange consiste à dire qu'en France, nous avons toujours eu besoin pour développer des carrières d'artistes, d'avoir des textes alors qu'en Angleterre un 'love me yeah yeah yeah' on s'en fout complètement pourvu que ça bouge. La mélodie est plus importante."*

Certes, mais on peut s'interroger sur le virage du numérique, largement pris par nos voisins d'outre-Manche (et d'ailleurs), mais plus poussif chez nous. Monsieur Nègre ferait-il preuve de mauvaise foi lorsqu'il évoque "la taille du gâteau" pour expliquer les différences de chiffres entre les deux marchés ? Certainement. On ne saurait trouver satisfaisant le fait de vendre 7000 ou 8000 titres quand on est en tête position des classements quand dans d'autres pays aux marchés comparables au notre le numéro 1 des charts réalise 100 000 ventes hebdomadaires.

Logique donc d'évoquer un thème que nous avons **déjà largement abordé sur OWNImusic** : l'éducation musicale. On pourrait imaginer que les patrons de majors prennent conscience qu'avec un système d'éducation musicale plus efficace, ils pourraient profiter d'un public plus cultivé, demandeur de musique et bénéficier ainsi d'un vivier d'artistes plus compétents. Pascal Nègre développe son analyse de l'environnement culturel dans lequel il évolue :

*"Là, c'est un long combat et pourquoi [...] ? Eh bien parce qu'en France, le culturel, (ça veut dire le respectable) c'est évidemment la plupart du temps le livre. Et la France est un pays d'écrivains. Ensuite, c'est le film. Parce qu'historiquement la France, à juste titre d'ailleurs, depuis le Front Populaire, a mis en place des systèmes d'aide au cinéma pour que le cinéma français existe. Dans la musique, le culturel, c'est la musique classique. Je me rappelle de mes cours en cinquième ou sixième où on nous faisait écouter les grands œuvres classiques, ce qui est très bien d'ailleurs. Mais voilà, en Angleterre, les Beatles font partie du patrimoine, c'est aussi important que pour nous Victor Hugo. Mais alors là mon pauvre, pour changer les mentalités, y'a du boulot."*

L'analyse étant plutôt pertinente, nous osons interroger notre interlocuteur sur la possibilité pour les industriels de la musique de participer à l'amélioration du système de l'éducation musicale en France (**voir notre entretien avec Didier Lockwood**). *"Alors on peut dire avec notre petit niveau 'faites des efforts'...mais alors là... [...] J'explique dans mon livre que notre poids économique est faible [...]".*



Pascal Nègre est PDG de maison de disque et non conseiller du ministre de l'Éducation Nationale, il est bien plus loquace sur les thématiques orientées business. Nous abordons alors les sujets qui nous animent chez OWNImusic, parmi lesquelles le marketing et la monétisation à l'heure d'Internet. En commençant par le concept du "pay what you want" (ou prix libre), le chef d'entreprise se réveille : *"ça ne fait pas rêver"* , nous dit-il lorsque l'on prend l'exemple, **pourtant positif**, du groupe anglais Radiohead.



**Moi je pense que la “vraie” révolution de la distribution numérique c’est l’abonnement.**



*“Donc à partir de ce moment là, le Pay What You Want n’a même plus de sens parce qu’en fait c’est, “paie un accès à tout ce que tu veux”. Ce n’est plus “tu paies pour telle création”, mais “tu paies pour avoir accès à toutes les créations et tu prends ce que tu veux”. Ça c’est le premier point, et le deuxième point qui est intéressant pour moi avec l’abonnement et en particulier avec tout ce qu’est en train de développer Spotify, c’est l’échange des playlists et donc c’est le partage, qui était la deuxième idée. La musique, c’est l’écouter et la partager.”*

Alors que le peer-to-peer remet en question la notion de partage depuis une dizaine d’années, que signifie “partager” selon Pascal Nègre ? Il est assez clair que cela n’a rien à voir avec une idée d’échange à l’infini entre internautes consentants :

*“Quand on partage, c’est volontaire. Je vais partager mon dîner avec vous et j’en suis ravi. Si vous déboulez chez moi et vous vous asseyez à ma table alors que je ne vous ai pas invité alors là, ça ne s’appelle pas du partage. [...] Ensuite [...], et c’est sûrement mon côté égoïste, mais je partage avec les gens que je connais. Donc [...] avec le Peer to Peer vous ne partagez pas.”*

On est donc tenté de nuancer ce concept de partage et de le reconsidérer au côté de la notion plus appropriée de recommandation. Ce que M. Nègre lie à ce qui constitue pour lui l’avenir de la musique enregistrée : l’abonnement aux services de streaming. *“(…) Moi, ce que j’aime, parce que dans les propositions d’abonnements (n’oubliez pas que ce marché digital il est tout jeune, il est tout petit) c’est que c’est prévu. C’est à dire que vous pouvez vraiment partager. Vous échangez des playlists et là, pour moi, il y a une notion de partage.”*

On en vient enfin à saisir la vision de l’homme d’affaires sur le futur de son secteur. Comme si la bataille de la vente de musique en tant que produit d’appel était presque perdue, il nous explique :



**[mon] métier aujourd’hui, c’est de vendre des disques et des téléchargements. Demain, ce sera que ce soit écouté.**



La nuance n’est pas insignifiante, puisqu’elle induit la nécessité d’une réelle réflexion stratégique dont on peut douter que les majors aient pris la mesure.

*“on a une image d’hommes préhistoriques, alors qu’on est à l’inverse des pionniers, c’est à dire qu’on est les premiers à avoir essuyé les plâtres, qu’on est en train de travailler, de trouver les modèles, à la fois de ‘comment je vais vendre, comment je vais diffuser et monétiser’, parce qu’on a besoin de ça, et parallèlement à ça, on est d’une modernité absolue dans la manière dont on travaille aujourd’hui, le community management... Pour vous dire, ça fait un certain nombre d’années que ça existe chez nous, comment on travaille, comment on crée des blogs, comment on fait monter la sauce...”*

Pas franchement convaincus malgré la verve certaine de notre hôte de la matinée, nous continuons à croire que les majors tâtonnent encore dans leur appréhension du digital, plus de dix ans après l’apparition de Napster et consorts. Si les initiatives valorisant les contenus (telle la **web TV “OFF”**, lancée par Universal cette année, qui propose du contenu exclusif de ses artistes) commencent à apparaître, elles restent des initiatives isolées et bien tardives. La justification de ce retard, si elle peut sembler sincère s’avère quelque peu maladroite :



**Créer des contenus, c'est facile, mais si à un moment je crée des contenus et que ça me coûte une fortune... [...] Effectivement, Off c'est peut être pas très original mais j'ai l'impression qu'on est les premiers à faire ça...**



Si nos avis respectifs divergent quant aux nouveaux usages, nous restons persuadés que la notion de monétisation, et par là-même la rémunération des artistes et le maintien d'une réelle économie autour des contenus culturels, est le nerf de la guerre dans ce débat.

Sur le chapitre primordial de la monétisation des contenus et de la rémunération des ayants-droits, M. Nègre s'inscrit en farouche opposant à la **licence globale**. *"Il y a deux raisons. D'abord, en tant que citoyen, je ne vois pas pourquoi on me taxerait alors que je n'écoute pas de musique [...]"*

*"Deuxième raison : ça favorise qui ? Les gros. Alors vous allez me dire, 'vous êtes complètement crétin, vous êtes la plus grosse maison de disque avec les plus gros artistes, vous pourriez en profiter'. Oui, mais non. Parce qu'on est le premier producteur de musique classique dans le monde, premier producteur de jazz dans le monde, on est le plus gros producteur de nouveaux artistes dans le monde. On est la maison de disque, en France et à l'international qui signe le plus de nouveaux artistes."* Ici, M. Nègre fait allusion au système de répartition des revenus liés à l'exploitation de la musique, qui, dans le cadre d'une licence globale, s'effectuerait par le biais de sondages effectués auprès des internautes. Nous ne pouvons nous empêcher de constater que la répartition actuelle des droits perçus auprès des radios et autres usages publics sont approximatifs et dépendent largement de la bonne foi des déclarants.

Allez, accordons tout de même au patron l'intention "louable" de maintenir un certain niveau de diversité au sein de sa major. Croyez-le ou pas, Universal ce n'est pas que les vaches à lait de type Black Eyed Peas ou Mylène Farmer :



**Chez nous et il y a pleins de disques qu'on vend à trois-cents exemplaires et j'en suis très fier parce que ça fait partie de mon travail éditorial, c'est à dire de position par rapport à la création, à la culture... et la culture c'est la diversité.**



On entend souvent que les revenus générés par le live constituent une planche de salut pour les artistes. Pourraient-ils alors envisager de délaisser les enregistrements studio, et, cassant le modèle traditionnel, se contenter de tourner sans fin pour aller chercher l'argent là où les consommateurs veulent bien encore le mettre, sans possibilité de piratage ?

Évidemment nous nous devons d'évoquer l'HADOPI, qui même si elle n'est pas le fait des seules majors, ne pouvait être ignorée dans cet entretien. La loi, **dont on ne peut objectivement pas mesurer les résultats** pour le moment, et au moment où les plateformes légales développées en parallèle commencent à faire leurs preuves, constitue l'un des sujets que Pascal Nègre a incarné en raison de sa position tant professionnelle que médiatique. M. Nègre commence par une mise au point sur la genèse de la loi :

*"Excusez-moi mais HADOPI, ce ne sont pas les majors. Ce sont des députés, des sénateurs qui ont mis deux ans pour la voter. Parce qu'entre les accords de l'Elysée, c'est logique, il n'y a pas que la musique, il y a le film, le cinéma, la télé et excusez moi mais les fournisseurs d'accès aussi sont comptés dans cette liste. Donc voilà, premier point. Deuxième point, l'HADOPI, c'était l'idée que l'Etat officiellement dise 'attention, pirater, ce n'est pas légal.' C'est un point qui est important et visiblement, il y a des gens qui l'ont entendu. Il s'agit, à un moment, de dire 'si vous voulez que la création existe, il faut qu'elle soit financée et à un moment, aller pirater, c'est pas terrible'."*



Ainsi que nous nous y attendions, il nous prône la dimension pédagogique de la loi. Celle-ci s'attaquant avant tout aux réseaux de peer-to-peer, des moyens de piratage déjà obsolètes, détournés voire supprimés (dans le cas de **Limewire** par exemple), la légitimité d'engager de **telles dépenses** aux frais du contribuable est-elle vraiment justifiée ?

*“Dix millions, vous trouvez ça beaucoup pour sauver une industrie dans laquelle 75 000 français travaillent ? (...) [Il y a] cinq millions de personnes qui travaillent dans le milieu culturel en Europe. Cinq millions de personnes qui sont liées à la création de contenus, c'est gigantesque. Et se poser la question de la piraterie c'est aberrant ? Non, ce n'est pas aberrant. (...) Moi je vois de la pub en permanence sur l'artisanat donc voilà, ça ne me choque pas de voir de la pub sur “attention, la création a un sens, elle a une valeur”.*

Cette somme n'aurait-elle pas pu être investie dans l'innovation technologique, servir à développer des services légaux appropriés, qui dès qu'ils sont suffisamment qualitatifs et adaptés aux usages, détournent automatiquement les éventuels “pirates” des téléchargements illégaux ? La réponse fuse : *“Je veux bien que l'État finance de l'innovation technologique et je trouve ça très bien. Mon angoisse, c'est que malheureusement, l'innovation technologique ne vient pas de chez nous.”* (...) *Quand vous voyez que vous êtes sur Deezer, sur FNAC.com et iTunes.com en France, et qu'il y en a un qui **n'a pas le même taux de TVA que l'autre...*** L'innovation technologique n'est en effet **pas taxée aux États-Unis comme elle l'est en Europe**.

Nous avons rapporté ici les points fondamentaux de notre long entretien avec Pascal Nègre. Nous vous invitons à en lire **la retranscription complète** [PDF].

—

Interview réalisée et éditée par Lara Beswick et Loïc Dumoulin-Richet.

Illustrations CC Flickr par **Jonathan\_W**, **Beverly & Pack**, **Steve.M~**, **ottonassar**

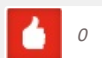
**NICO**

le 5 décembre 2010 - 3:56 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*cela sent la promo , sincèrement en terme de promo DIdIER super est un killer comparé à ce retraité de Pascal N*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**WILNOCK**

le 5 décembre 2010 - 6:39 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*C'est dommage que pour une interview, nous n'ayons ni droit à un streaming, ni à un enregistrement audio.*

*L'intégration de Soundcloud sera un plus (ou toute autres solution de streaming audio)*

Sinon, concernant M. Negre, je pense que tout a été dit depuis longtemps (voir les interventions sur LCI-radio, petit stream entre amis sur Europe1)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

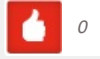
### ADMIN

le 5 décembre 2010 - 11:20 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@wilnock : tout à fait d'accord. nous le systématiserons quand ce sera possible ;)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### YP2

le 5 décembre 2010 - 13:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Cette somme n'aurait-elle pas pu être investie dans l'innovation technologique, servir à développer des services légaux appropriés, qui dès qu'ils sont suffisamment qualitatifs et adaptés aux usages, détournent automatiquement les éventuels "pirates" des téléchargements illégaux ?"

Réponse : "Beuh c'est pas ça le problème, c'est plutôt que c'est trop injuste, on nous taxe trop ! Supprimez-nous la TVA !"

Ah, quel démagogiste Pascal...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FRANCOIS RAGON

le 5 décembre 2010 - 14:49 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Puisque personne n'a encore pointé à quel point l'intense activité promo de Pascal Nègre est un piège à con intégral, je donne quelques pistes :

- Sur le fond, son livre est bon, il ne dit pratiquement que des choses vraies.
  - Le problème c'est qu'une partie (minoritaire, disons, la part de marché des indépendants) n'est vraie que pour lui, et pour les 3 autres majors. Et il est bien sur le plus malin des 3 majors en France actuellement.
  - La vision qu'il dessine de son métier est bonne pour lui, elle peut être effrayante, je la trouve même totalitaire. Il dit en somme : ne cherchez pas ailleurs chez Universal il y a tout, on est même capables de perdre de l'argent (jazz, classique) c'est dire si on est bons. Il pense que "le" métier c'est de créer des chansons et des tubes (même si il nous fait le coup de l'homme cultivé qu'il est peut-être dans le privé). Non. C'est une partie de ce métier. Il y a d'autres manières de faire.
  - Mais la vérité est que Universal est majoritaire en parts de marché, pas en liberté d'écouter de la musique qu'on aime. Demandez à un amateur de jazz ou de classique si il a envie de partir sur une île déserte avec les nouveautés Universal : il vous répondra que le fond de catalogue lui est certes indispensable, mais que la création aujourd'hui est ailleurs.
  - Dans la période actuelle, Negre, au-delà d'expliquer de manière habile et à-propos et intéressante et plaisante son métier, a compris que compte tenu de la situation il a une carte à jouer c'est dans un métier qui continue de descendre, de piquer des parts de marché aux 3 autres majors et aux indeps, c'est le fond du livre. Le grand méchant n'est pas si méchant que ça. N'ayez pas peur !
  - J'en viens à mon postulat du piège à con. Ce bouquin est une bombe à fragmentation ! Les indeps vont se dire : "il est pas si méchant". Ses détracteurs fascinés vont se tourner (on le voit par les articles ici et ailleurs) en admirateurs fascinés. Le magicien se sera recentré... au service de qui et de quoi ? D'un métier qui est le sien tel que lui il le voit et tel qu'il lui sert à lui et à sa société.
- Le rapport de forces entre indépendants et majors à cette occasion se fait une nouvelle santé. Jadis, on était, indépendants, écrasés par Universal à la Fnac ; on le sera sur les nouveaux services maintenant promus par Nègre, Deezer ou Spotify. Quand il dit du bien de quelqu'un et quelque chose, le niveau de son compliment est exactement proportionnel à la coïncidence à ses intérêts. Si demain Pascal Nègre venait à dire du bien de votre site, vous seriez devenus des zombies. En étant flattés que le Maître vous ait reçu dans son bureau du V°, vous êtes déjà sur la voie. Allez, avouez : vous étiez

contents et flattés, non ? Et vous aussi vous accédez l'idée qu'il est le grand homme de l'industrie ! PR réussies !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### AMATOS

le 5 décembre 2010 - 15:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Mouais pas convaincu par ce monsieur, qui essaie de justifier 10 ans de retard sur le suivi des modes de consommations par "c'est trop injuste on a trop de taxe" ou bien "c'est trop injuste l'Etat il est trop lent pour mettre en place des lois pour taper sur les tipiakers". De ce que je retiens de l'interview malgré les belles paroles et le côté "passionné" ( bon après par écrit la passion ça passe moins bien ) c'est que son seul horizon c'est de continuer à orienter la consommation, quitte à mettre en place un système pour que les influenceurs passent les bonnes musiques mais que dès qu'on parle de tenter de changer l'éducation musicale des gens, il n'y a plus personne ...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### ELRYU

le 5 décembre 2010 - 20:07 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*sur la notion très particulière que pascal entretient avec la notion de playlist*  
<http://elryu.blogspot.com/2006/02/playlist-playlist-moi-jappelle-une.html>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### VINYLE

le 6 décembre 2010 - 0:43 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*D'un coup, je me demande s'il n'y a pas aussi l'histoire de la distribution de la musique en France qui pèse sur les habitudes actuelles. C'est-à-dire qu'avant, pour acheter des disques de musique, il ne fallait pas être trop loin d'une "enseigne spécialisée" ou sinon c'était la grande distribution (mais avec de la variété française, rien de bien original). Et je pense que ça n'a pas aidé. Les gens n'ont pas été habitués à se procurer de la musique (disques, etc.) par des moyens "officiels". J'ai l'impression que les gens ont plus été habitués à se "débrouiller" pour réussir à obtenir ce qui correspondait à leurs goûts musicaux.*

*Alors que, par exemple, j'ai l'impression que les Anglais ont eu un meilleur accès au niveau distribution. En réalité, je ne sais pas si c'est vrai, mais j'ai l'image de beaucoup de boutiques, avec des choses originales...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FOLCOCHE

le 6 décembre 2010 - 9:30 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Pascal Nègre est effectivement un homme préhistorique. Les Majors sont des diplodocus conceptuels, des trucs qui vont disparaître, parce que la technologie a changé.*

*Et Pascal Nègre est un petit propagandiste, absolument rien d'autre. Le seul problème, c'est que quand les maisons de disques pantagruéliques, qui usurpent le droit d'auteur et formatent les esprits, disparaîtront, on aura trois conséquences :*

- l'art et la création ne s'en porteront pas plus mal,
- les salariés de l'industrie seront au chômage,
- Pascal Nègre aura ses stock options.

*Pour ce qui est du chômage des salariés : a-t-on vu l'industrie du charbon envoyer des assignations à ceux qui ont commencé à se chauffer au nucléaire, et faire voter des lois clientélistes, inefficaces, philosophiquement arriérées, répressives, économiquement stupides, juridiquement litigieuses, et techniquement dépassées ?*

*Pour ce qui est de la création : elle survivra naturellement à la mort des industries qui*



phagocytent les artistes depuis des décennies. Songez qu'un artiste ne perçoit qu'entre 6 et 8 % de ce que coûte un CD. Les seuls pirates, les seuls vampires qui existent, ce sont les maisons de disques, et surtout celles qui refusent d'adapter leur modèle économique à l'évolution des technologies et des modes de "consommation" des produits culturels. La culture a vocation à circuler librement, libre des DRM et des restrictions de ces abjects multinationales oligopolistiques. Tant qu'un morceau coutera plus que quelques dizaines de centimes d'euros, tant qu'un film à télécharger dépassera les quelques euros, nous piraterons. Parce que ce que les petits propagandistes comme Nègre appellent "piratage", c'est ce que nous appelons "le nouveau paradigme de la diffusion culturelle".

Tant pis pour les hommes préhistoriques. Il est surtout fort regrettable qu'un imbécile comme Nègre finisse par se tirer avec la caisse.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## MOULE

le 6 décembre 2010 - 12:58 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Mouais, on reste sur sa faim. C'est un communicant, il fait son boulot. En gros avec ce genre de mec dans dix ans on est dans la même situation, il gagne toujours du fric, mais le fond du problème n'est toujours pas réglé.

Un livre pour comprendre les mécanismes de la crise du disque et qui propose des solutions alternatives (avec comme par hasard une critique en règle des majors) :

La musique assiégée

D'une industrie en crise à LA musique équitable

<http://www.jouerjuste.org/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## FRANÇOIS RAGON

le 6 décembre 2010 - 13:14 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Ceux qui semblent croire ici que la crise va abattre Universal et d'ailleurs va permettre de se passer des producteurs, (et d'ailleurs qu'est-ce qu'ils vous ont fait, sauf, assez souvent de bons disques des artistes que vous aimez ?) se foutent le doigt dans l'oeil, et comem l'idiot qui regarde le doigt au lieu de regarder le ciel, manquent l'essentiel.

Ce qui se joue aujourd'hui c'est la nouvelle structure de la distribution intermédiaire dans le numérique. Les majors y voient une occasion de se refaire. Elles veulent aussi dominer la distribution finale (avant c'était les rayons des disquaires, aujourd'hui c'est Deezer ou Spotify) pour y tracer un chemin sûr pour \*leurs\* productions, au détriment des indépendants. Le livre de pascal Nègre participe de cette offensive, pour ceux qui n'auraient pas compris.

@ Vinyle :

en France nous avons la Fnac qui de manière paradoxale a été trop bonne à une certaine période. Il y avait dans ce pays beaucoup de bons magasins avec un choix assez large, juste trop pour permettre aux magasins disposant de moins de moyens pour stocker, de disparaître. Cela a été un presque rêve en particulier pour les productions qui ne pouvaient que difficilement entrer en supermarchés. Mais la Fnac a ployé sous sa qualité, à défaut de vision quand les temps sont devenus difficiles. Elle s'est laissé enfermer dans le dilemme irrésolu du multicanal magasins/site ; et n'a pas su apprendre à conforter son identité sur Internet pendant les dix ans où elle aurait du y vendre des disques. Le passage à la musique en ligne dans la foulée s'est trouvé d'autant plus pénalisé. En Angleterre, il y avait des magasins extraordinaires à Londres et puis c'ets tout, le reste était un tissu de petits magasins. La particularité française était d'avoir 50, 60 Fnac pas si mauvaises pour les pires, côté choix.

Qu'importe, pour se refaire côté musique en ligne, la Fnac aurait besoin d'une équipe de choc disposant d'une grande liberté pour finalement remarquer dans ses traces lointaines... Pas sur qu'ils vont risquer cela, tout ce qu'il font est assez empreint de conformisme, et leur site fait penser maintenant à CDiscount !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## LOLO



le 25 décembre 2010 - 17:40 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Heureusement que la retranscription complète de l'interview est disponible, sans quoi on n'apprendrait vraiment rien. Vous n'utilisez que les citations qui vous arrangent et qui mettent votre "hôte" en tort -jusque dans le titre du billet. Et tout cela en vous adressant à des lecteurs qui pensent de toutes façons la même chose que vous sur HADOPI, les majors et le reste.*

*Pourquoi prendre la peine de réaliser cette interview? Clameur de haro qui ne fera réfléchir personne. Et qui donne une impression gênante, puisque vous ne respectez pas votre interlocuteur:*

*"Allez, accordons tout de même au patron l'intention..."*

*"Ainsi que nous nous y attendions, il nous prône la dimension pédagogique de la loi"...*

*Dommmage, c'est vrai que l'occasion était belle.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MIKEY**

le 21 août 2011 - 18:47 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*J'ai bossé pour ce type. J'ai bien aimé ! Mais ces associés laisse un peu à désirer, surtout ceux du milieu homos-lesbian-pourris-parisiens...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**JOJO**

le 12 novembre 2011 - 23:02 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Pascal Negre produit que de la m....Avec succes ,je reconnais qu'il sait la vendre!Peut importe avec ses capacites il aurait pu faire autre chose mais il a choisit de nous imposer son systeme despotique et lamentable...Son metier disait il c'est de vendre du plastique epoque cd...hypocrisie total,depuis des années il souhaite l'avenement du support....abonnement egale totale opacite des comptes...control total des majors sur promo distrib et remuneration des droits des artistes selon la bonnez volonte du tout puissant Pascalou!*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## 1 ping

Interview de Pascal Nègre (Universal Music) : de la vision du métier dans la musique et dans le vin | Monogramme – Maison de Marketing – conseil marketing et communication, stratégie, gestion de projets pour produits de luxe (vins, spiritue le 3 janvier 2011 - 14:49

*[...] Voilà une déclaration faite par Pascal Nègre, président d'Universal Music dans une interview au « web-journal » OWNI. Vous pouvez lire ici l'interview complète. [...]*