

POURQUOI VOS FANS VOUS PIQUENT VOTRE MUSIQUE

LE 8 OCTOBRE 2010 KYLE BYLIN

Kyle Bylin explique en quatre points aux artistes pourquoi leurs fans téléchargent leur musique malgré tout l'amour qu'ils leur portent.

Si l'on écoute les arguments autour du partage de fichiers, on peut croire que ceux qui s'y adonnent sont le genre de pourriture prête à jeter mamie avec l'eau du bain ou qui le week-end venu se livre sans états d'âme à la rapine au supermarché du coin (avant de passer au braquage de banque, soyons fous). On sait bien évidemment que tout cela est faux. **La plupart des fans qui partagent des fichiers sont comme vous et moi.** À ceci près qu'ils ne se doutent pas une seconde que des gars comme nous ont investi beaucoup d'énergie à débattre, à s'opposer, et à essayer de comprendre pourquoi les fans de musique considèrent que celle-ci, le bien le plus précieux que l'on ait, devrait être gratuite.

Comment osent-ils seulement tenter de justifier le fait de ne pas rétribuer les musiciens pour leur travail ?

Les chansons qui nous touchent, nous transportent et dont chaque note et chaque mot nous fait frémir, font ressortir des choses qu'on serait bien incapables d'exprimer seul. Voici donc quatre raisons qui font que les fans téléchargent votre musique illégalement. Quatre raisons que vous pouvez changer.

1-Ils ne savent pas qu'il existe d'autres options

Malgré tous nos efforts pour promouvoir une autre manière de consommer la musique, et tous les jolis sites web à notre portée, je dirais que la plupart des gens n'ont pas la moindre idée de leur existence. Essayez de répéter les mots suivants rapidement trois fois de suite : **Project Playlist, Pandora, Last.fm, HypeMachine, Grooveshark, Microsoft Zune Pass, Spotify, Rdio, iLike, TheSixtyOne, Rhapsody, MOG, Napster, Slacker Radio, WeAreHunted** et ainsi de suite. Ce sont autant de façons d'écouter de la musique en ligne gratuitement et en streaming. Mais y a-t-il suffisamment de fans qui connaissent ces ressources ?

Une étude datant de l'an dernier disait que la plupart des Européens n'avait aucune idée de l'existence de Spotify, alors même qu'on parlait de la mise en place de sanctions durcies pour les internautes téléchargeant des fichiers illégalement. Le problème, c'est que l'être humain est volontiers récidiviste. Si un fan téléchargeait de la musique via BitComet à l'époque du lycée, et qu'il possédait un compte Démonoid, il est probable qu'il n'ait même pas pris la peine de s'intéresser aux options légales. Ça fonctionne, il trouve toujours ce qu'il cherche, et rapidement en plus !

Solution : si vos fans téléchargent votre musique illégalement et ne savent pas qu'ils peuvent l'écouter sur Grooveshark, dites leur que c'est possible. Au contraire s'ils téléchargent votre musique et que celle-ci n'est pas accessible facilement en streaming, c'est de votre faute.

2. Entendre/aimer/acheter

Andrew Dubber **essaie** de faire rentrer ça dans la tête de tout le monde depuis des années. Ça vaut la peine de le répéter. Les fans veulent pouvoir entendre votre musique avant de l'acheter. N'étant pas au courant des possibilités d'écouter votre production en streaming (à moins que vous n'avez même pas pensé à la mettre à leur disposition), ils vont télécharger votre album illégalement pour l'écouter.

Pas seulement parce qu'ils veulent le posséder ou parce qu'ils l'auraient acheté de toute façon. Non, en fait ils veulent juste pouvoir écouter les chansons et s'assurer qu'elles ne sont pas pourries. Acheter un disque sans l'avoir jamais écouté, ça existait avant. Ils écoutaient un ou deux singles à la radio et décidaient alors de se procurer l'album.

Aujourd'hui, ce qu'ils veulent, c'est pouvoir écouter votre œuvre dans son intégralité, voire vivre avec pendant un certain temps. Après seulement, ils envisageront de passer à l'achat.

Solution : simplifiez au maximum l'accès de vos fans à votre musique, via le streaming et le téléchargement de quelques titres. S'ils veulent pouvoir écouter votre musique, cela signifie qu'ils vont savoir s'ils aiment. Pas qu'ils vont acheter.



3. Ils ne vous connaissent pas ou ne vous font pas confiance

La plupart des artistes d'aujourd'hui ne profitent pas du marketing de masse. La radio, la télé et les magasins sont saturés. À cause d'années de MTV et de radios commerciales, la plupart des fans connaissent bien un certain nombre d'artistes. Ainsi, par le simple fait d'avoir déjà entendu parler d'eux et de connaître leur musique, un lien (tênu) de confiance s'est installé. C'est pas grand chose, mais ça suffit. Par cette capacité, même infime, à se rappeler au souvenir de l'auditeur, les artistes des majors ont une grosse longueur d'avance sur vous. Les fans font confiance à **Nickelback** pour pondre des singles de la même manière qu'ils resteront persuadés que les pâtisseries de supermarché ont un goût de carton.

Ils savent à quoi ils s'exposent. Même s'ils savent aussi qu'ils auraient mieux fait d'aller chez le super pâtisseries du coin. Mais non, ils sont quand même allés chez Carrefour. Mais pourquoi ?

Ils savent qu'à chaque fois le goût sera le même, tout comme pour Nickelback. Si votre dernier album n'était pas bon ou si votre son a changé, il est temps de rétablir la confiance.

Solution : établissez un lien de confiance avec vos fans au fil du temps, et rendez votre musique convaincante. Si vous voulez qu'ils l'achètent, il faut qu'ils apprennent à vous connaître et à vous faire confiance. Sinon, ils se la procureront sans payer.

4. Trop de clics ou offre pourrie

Jay Franck, un grand fan de "tubes" **résume** ça très bien : *"Chaque clic qui sépare l'internaute de l'accès à votre musique fait diminuer le nombre de personnes qui l'écouteront. Assurez-vous que vos chansons soient à un clic du fan, dans le plus d'endroit possibles. Moins il y aura de clics à faire, plus le nombre de fans potentiels sera grand."*

Il faut bien prendre en considération vos fans actuels et vos fans potentiels, leur expérience d'achat de votre musique, et vous assurer que le processus est continu et nécessite aussi peu de clics que possible. Il est fort possible que l'accès légal à votre album prenne plus de temps (et donc de clics) qu'avec BitTorrent. mais c'est à vous d'estomper ça. Et sinon, qu'est-ce que vous pouvez vendre qui ne soit pas téléchargeable ?

Jetez un oeil aux différents avantages offerts par Kickstarter ou Pledge Music et vous verrez qu'il y a de nombreux petits plus à accrocher à votre album. S'ils voulaient l'écouter et n'en ont pas eu la possibilité, dites-vous bien qu'ils le possèdent déjà.

Qu'est-ce que vous pouvez offrir de non-téléchargeable ? Les règles du jeu ont changé. Les fans ont besoin d'éléments pour motiver leur achat. Leur refourguer de la musique sans rien d'autre, souvent, ça ne suffit pas.

Solution : certains fans peuvent ne rien vouloir d'autre de vous que votre musique. Vous ne pourrez pas changer ça. Mais c'est à vous (et pas à eux) de faire en sorte que votre production soit facilement accessible et qu'elle soit meilleure, plutôt que gratuite.

—

OLIVIER

le 8 octobre 2010 - 18:11 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Rhaaa, il n'est pas inintéressant ce papier parce qu'il soulève des points un peu fondamentaux quand même (les 4 explications données au download par les "fans" se tiennent) ...

Seulement voilà, imho, hein :

a) On omet tout de même une composante sociétale désormais hyper forte sur la valeur de plus en plus faible attribuée à la musique, y compris et surtout lorsqu'on la consomme. La question, à mon sens, elle est surtout beaucoup de ce côté.

b) Les solutions proposées, hum, ne sont pas complètement des solutions, hein :

- les "fans" (c'est quoi un "fan" aujourd'hui ?) ne sont pas des cons. Ils connaissent Spotify, Grooveshark etc... Seulement ils ne vont pas s'emmerder avec le streaming lorsque pour moins de clics ils peuvent choper l'album sur Hotfile en meilleure qualité.

- Entendre / Ecouter / Acheter, yep, c'est la base... mais ça coince après "Ecouter" désormais, non ? Tout bien mettre dans l'ordre dans l'expérience utilisateur ne change pas cette donne là.

- "Rendez votre musique convaincante", ahem, j'en ai plein mon disque dur de la "musique convaincante". L'ai-je toujours achetée ? Ahem twice.

- Aussi accessible soit-elle, votre production ne le sera jamais autant qu'un lien Fileserve, sorry. Et si vos "fans" sont prêts à télécharger votre musique sans vergogne, alors même qu'ils vous aiment, comment attendre d'eux un autre type de loyauté ? Ils ont déjà le sentiment de vous être fidèles s'ils viennent vous voir en live, le reste, ahem ter...

Des questions bien posées, en somme, mais pourquoi vouloir y apporter des réponses définitives ?

(ceci dit, c'est très cool de voir du Hypebot traduit, hein)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

LOICDR

le 11 octobre 2010 - 10:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Les "solutions" ne sont sans doute pas à prendre comme des assertions définitives, mais plutôt comme des suggestions, plus légères. Le terme utilisé en anglais était "easy solution" donc peut être que la traduction ne rendait pas assez bien l'intention originale de l'auteur.

On ne peut pas nier que celui-ci fasse parfois preuve d'un peu d'angélisme ("rendez votre musique convaincante") mais je pense vraiment que cet article se veut léger et non sentencieux.

En tous cas tes remarques apportent un éclairage plus que bienvenu !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Tweets that mention Pourquoi vos fans vous piquent votre musique » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 8 octobre 2010 - 17:56

[...] This post was mentioned on Twitter by Martin U., Maylis AlloCiné, Olivier Ravard, Owni, Valentin Squirelo and others. Valentin Squirelo said: Pourquoi vos fans vous piquent votre musique <http://bit.ly/dajDPZ> sur @ownimusic [...]

Sélection hebdomadaire d'articles sur les artistes indépendants et la musique sur internet TE/MS le 15 octobre 2010 - 19:20

[...] Pourquoi vos fans vous piquent votre musique [...]

