



Another one

INTERNET DIDN'T KILL THE RADIO STAR

Aujourd'hui, nous ne consommons pas la musique comme nous la consommions hier. Et demain, nous la consommerons sans doute encore différemment. A cause ou plutôt, grâce à Internet qui a permis depuis plus de 10 ans, une consommation plus conséquente, plus instantanée, un catalogue plus large, disponible pour tous...

Contrairement à ce qui était annoncé lundi (cf. **édition du 25 janvier**), le PDG de Deezer n'a pas quitté le navire. La fonction de PDG a simplement été dissociée, Jonathan Benassaya occupant désormais le poste de président et le nouveau venu, Axel Dauchez, le poste de directeur général. A propos de Deezer justement, il est indéniable que ce site, créé il y a plus de deux ans, a largement contribué à modifier notre façon de consommer la musique.

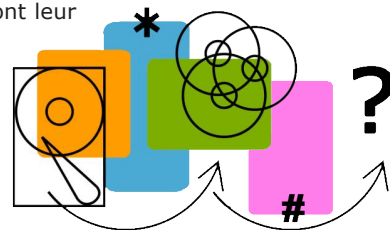
Avant Deezer, il y avait le téléchargement gratuit de morceaux ou d'albums sur les réseaux P2P. Avant les réseaux P2P il y avait l'achat de CD et la simple écoute de la radio. Et encore avant, il y avait les vinyles. [Avec comme interlude, les cassettes audio, puis ces mêmes cassettes vierges qui permettaient la copie des morceaux passés à la radio. Ce qui engendra pour le coup, la notion de «taxe sur la copie privée».]

Et encore avant avant, il y avait James Brown qui dans ses meilleures années, faisait près de 350 dates par an pour vivre de sa musique...

Des vinyles qui dans la fin des années 80, en terme de vente, laissaient leur place aux CD. Sauf que les prix étaient équivalents voire plus chers, pour des prix de fabrication bien inférieurs. [Fabriquer un CD coûte aujourd'hui moins de 2 euros.]

A l'aube de l'an 2000, les maisons de disques snobent le numérique. Point de catalogue en ligne alors que les acheteurs de CD savent déjà comment les dématérialiser, font leur musicothèque sur leur ordinateur et parfois, mettent leurs achats à disposition des autres. Le P2P est en plein boum et le prix du CD lui, ne bouge pas.

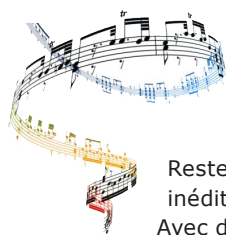
Les premiers catalogues numériques de musique arrivent tardivement. Les baladeurs MP3 se vendent comme des petits pains mais ils sont majoritairement remplis de contenus acquis gratuitement sur les réseaux de partage. L'iPod et son catalogue iTunes font figure d'exception mais les maisons de disque ont pris beaucoup de retard.



En 2007, lorsque Deezer voit le jour, les catalogues de musique arrivent doucement à maturation. Ils sont complets et finissent petit à petit par abandonner l'idée de verrouiller leurs morceaux. Sauf qu'encore une fois, alors que les coûts de production sont nettement inférieurs à ceux du support précédent, les prix ne baissent pas. Certes, certains albums sont vendus à 10 euros, contre environ 15 pour la version CD, mais à un euro le morceau, la baisse est quasi inexistante. [Combien coûte un titre numérique ? Juste quelques centimes sans doute !]

Aujourd'hui, Deezer souffre d'un modèle économique qui ne repose que sur la publicité (oublions pour le moment les offres payantes) et l'équilibre est loin d'être atteint. Les derniers chiffres montrent que le CD a encore de beaux jours devant lui puisqu'il totalisent encore aujourd'hui, plus de 80% des ventes. Dans le même temps, les ventes numériques progressent de 50% par rapport à 2008. La bascule est petite mais elle est là...

Une dernière façon de consommer débarque aujourd'hui. L'abonnement mensuel qui permet d'écouter autant de titre que l'on veut, sur son ordinateur ou son téléphone, et que l'on ait ou non une connexion. La publicité a disparu et la qualité des titres est bien au rendez-vous. Cette offre est cependant réservée aux gros consommateurs.



Alors que la moyenne est d'un CD par an et par français, cette consommation par abonnement revient à l'année, à 120 euros. Cher. Surtout qu'aucun des morceaux n'est acquis définitivement. Et même si d'autres sites proposent des abonnements mensuels pour un nombre X de téléchargements, le prix élevé reste encore un frein majeur pour le consommateur...

Reste la valeur ajoutée que les artistes pourront toujours créer... Des livrets de photos, des bonus, des inédits. Restent aussi les concerts, peut-être encore la meilleure façon de consommer de la musique. Avec de plus en plus d'artistes qui offrent leur CD en fin de concert... Une brillante idée :-)

[En n'oubliant pas de rappeler encore une fois que ceux qui téléchargent le plus sur les réseaux P2P, demeurent toujours ceux qui achètent le plus de CD. Ne reste plus qu'à boucler la boucle.]

Un état des lieux un peu simpliste certes. Mais finalement, c'est peut-être parce que les maisons de disques ont perdu le goût du risque et qu'elles se sont remplies les poches pendant trop longtemps qu'elles peinent aujourd'hui à remonter la pente... Si on arrêta donc de taper sur les vilains internautes ?