

## Marché du disque

# Sur les jantes, la musique vise de nouvelles routes

Au Midem cannois, les pontes de l'industrie discographique ont présenté les scénarios d'une sortie de crise espérée

François Barras de retour de Cannes

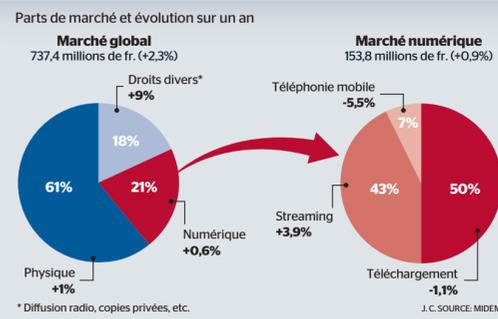
«Ecosystème», «nouvelle géographie», «cartes redistribuées»... Nous ne sommes pas dans un bureau d'aménagement du territoire, mais au Marché international de l'édition musicale (Midem), qui s'est achevé hier à Cannes sur le demi-sourire d'un marché stabilisé, après avoir perdu 60% de sa valeur en dix ans. Le forum en lui-même, réduit dans sa durée et dans le nombre de ses participants (6400 contre 10 000 dans les années fastes), reflète le régime pain sec d'une industrie florissante jusqu'à l'essor d'internet. Une première révolution a vu la chute du CD au faible profit du téléchargement, frappant de plein fouet les acteurs hégémoniques de la branche: les six majors du disque, désormais au nombre de trois (Warner Music, Universal et Sony Music), se sont fait doubler par les concepteurs informatiques, Apple et son iTunes en tête. Aujourd'hui, le secteur numérique rapporte en Suisse plus d'un tiers des revenus.

Le Midem observe (déjà!) une deuxième phase: pour la première fois l'an dernier, l'achat de fichiers MP3 a marqué une baisse (-1,1%) après dix années de hausse. Face à la dégringolade du CD, on espérait une compensation par le téléchargement. Celle-ci n'aura pas lieu. Au Midem, les pontes de l'industrie ont esquissé le prochain modèle économique, pluriel et complexe. «La musique est devenue un écosystème qui englobe les artistes, les nouvelles technologies et des acteurs inédits», selon Bruno Crolot, patron du rendez-vous cannois. Un seul consensus: le modèle qui gouverna un demi-siècle de notes enregistrées appartient aux livres d'histoire. Trois tendances émergent.

### Streaming

«Plus personne ne veut payer pour un fichier digital, et c'est normal.» Marc Geiger était attendu comme un oracle.

## Bilan 2013 du marché de la musique enregistrée en France



## «Les marques deviennent les promoteurs des tubes»

Olivier François, chef marketing Fiat

L'agent californien des stars (Lady Gaga, Roger Waters, Ozzy Osbourne, etc.) a promis à l'industrie plus de profits qu'elle n'en a jamais connus si elle ose tout miser sur le streaming (écoute en ligne, gratuite comme sur YouTube ou payante comme sur Spotify et Deezer). La formule «à gogo» est l'avenir, assure-t-il. Les chiffres pondèrent cet enthousiasme sans le contredire: en France, les revenus de l'écoute en ligne n'ont augmenté «que» de 3,9% en 2013, et moins de 10% des consommateurs de streaming le font via un abonnement, ce qui représente tout de même 1 million d'utilisateurs. «La marge de progression est immense», promet Marc Geiger.

Lyor Cohen, 54 ans, fondateur du premier label rap Def Jam, puis directeur

général de Warner Music, abonde dans ce sens: «Je suis certain que le streaming est le futur d'un business en excellente santé.» Le New-Yorkais a connu le vinyle, puis l'âge d'or du CD. Illustration vivante de l'obsolescence des majors face aux nouveaux acteurs d'internet, il a démissionné de Warner pour fonder sa structure indépendante, 300. «C'est une incroyable période pour le risque et l'innovation!» Reste à déterminer la clé de répartition: avec une moyenne de 0,006 franc par écoute sur Spotify, un artiste débutant a le temps de mourir de faim. «Nous avons une responsabilité commune d'investir dans la création», concède Axel Dauchez, PDG de Deezer.

### Branding

Parmi les sources de revenus les plus substantielles: l'association d'un artiste à une marque. A tel point que le directeur du marketing pour le groupe automobile Fiat-Chrysler, le Français Olivier François, a compté parmi les orateurs les plus attendus à Cannes. Promoteur d'un modèle «ga-



**Publicité**  
La musique est en passe de devenir inséparable d'une marque. Ici, J.Lo. pour Fiat. DR

## Eclairage

## Bienvenue dans un monde de pub

«Jamais je ne vendrai ma musique à une publicité. Des gens ont enterré des amis au son de mes chansons: comment pourrais-je justifier qu'elles servent à vendre des macarons?» Ces mots de Nick Cave reviennent en mémoire alors que tous les intervenants du Midem, dans le radeau de la Méduse cannois, ont validé comme horizon définitif l'inféodation de la musique aux marques. Superstar millionnaire comme Lenny Kravitz qui se fait conducteur de Jeep ou groupes néophytes rêvant de vendre une chanson à une pub, personne

n'échappe au marasme financier du secteur. De façon incarnée ou indirecte, le musicien devient support de promotion, rendant problématique le maintien intact de son indépendance d'esprit. Les plus radicaux d'entre eux, perdus dans la nébuleuse du net, auront bien du mal à faire entendre leur voix. Des millions de musiciens peuvent bien être disponibles sur la Toile: la main pas si invisible du marché se chargera selon ses critères propres de sélectionner les plus vendeurs. *The Times They Are A Changin'*, comme disait l'autre.

gnant-gagnant», il a exposé comment la force de frappe financière d'un grand groupe économique peut suppléer au manque de moyens de l'industrie discographique traditionnelle. Eminem roulant en Chrysler, Jennifer Lopez et Carla Bruni en Fiat ou Lenny Kravitz en Jeep: la pub ne se contente plus d'utiliser une bande-son existante, elle embauche le musicien au service de son image, en échange de la production de son clip. Et vient même choisir (et orienter) directement en studio la chanson qui collera le mieux au message à vendre, sachant que l'impact d'une campagne de pub nationale propulsera la chanson sur tous les réseaux. «Les marques deviennent les promoteurs privilégiés des futurs tubes.»

### «Sync»

Sur l'ensemble des revenus de la musique, on estime à 30% la part générée par la «synchronisation», soit la vente de musi-

que à des films, à des jeux vidéo, à des pubs et à d'autres créations d'ambiance. Fondateur à Montreux des Studios Hanamusic, Samuel Jonckheere est venu au Midem rencontrer ses clients. «Nous faisons environ 80% de «sync». Nous pouvons aussi enregistrer l'album d'un groupe, mais je mets toujours en garde: vous ne rentrerez jamais dans vos frais avec un CD!» La «sync» règne. «C'est là où il y a l'argent, surtout dans les jeux vidéo. Quand je vais diriger une bande originale à Hollywood, j'ai 300 musiciens à disposition et des mandats entre 150 000 et 1 million de dollars.»

De ce nouveau panorama composé de droits à vendre et à gérer émerge un nouvel acteur-roi: l'éditeur. «Avant, quand un directeur de produit faisait mal son boulot, on le punissait en le collant à l'édition, plaisante Emmanuel de Burretel, patron de Because Music. Aujourd'hui, c'est le seul job qui gagne de l'argent!»

## Témoignages

Marc Geiger, agent d'artistes chez WME



«Plus personne ne veut payer pour un fichier MP3! Le streaming par abonnement est l'avenir. J'entrevois un potentiel maximum de

180 milliards de dollars de revenus annuels, soit dix fois plus que le chiffre d'affaire global de la musique en 2013! Ce que nous avons vécu depuis dix ans n'est qu'une première phase – la plus douloureuse – vers un changement radical.»

Lyor Cohen, ex-PDG de Warner Music



«C'est une période très excitante pour prendre des risques. Avec peu de moyens mais un grand sens de la synchronisation, tu peux pousser un artiste de l'ombre à la

lumière. Ma nouvelle société, 300, entend fournir des boîtes à outils pour optimiser la promotion sur les réseaux: nous travaillons dans ce sens avec des chercheurs de Berkeley, et Google a été notre premier investisseur.»

Olivier François, chef marketing de Fiat-Chrysler



«La pub montrant Eminem au volant d'une Chrysler 200 a fait passer aux Etats-Unis les ventes mensuelles de cette voiture de 600 à 6000 exemplaires.

Cela a aussi permis à Eminem de se positionner vis-à-vis de sa ville natale, Detroit, qui était en quelque sorte un acteur du clip. Pour que l'association entre une marque et un artiste soit gagnante, il faut que celui-ci accepte de prendre un risque avec son image.»

Emmanuel de Burretel, patron de Because Music



«J'ai fait des études d'ingénieur avant de me lancer dans le business musical. Aujourd'hui, ces études me servent plus que jamais: développer

un artiste est devenu un boulot ultratechnologique. On doit saisir les évolutions rapides d'internet, optimiser ses réseaux, comprendre le streaming et le téléchargement ET savoir fabriquer une pochette de disque!»

## Wikipédia perd toujours plus de contributeurs

**Internet**  
Le système de fonctionnement de l'encyclopédie en ligne s'essouffle, selon une récente étude. Conscient de ses faiblesses, le site de référence cherche à devenir plus attractif

Wikipédia, le sixième site le plus consulté sur la Toile, est-il en train de devenir obsolète? Une récente étude, intitulée *Le déclin de Wikipédia* et publiée dans la *MIT Technology Review*, met en lumière les faiblesses de l'encyclopédie en ligne, lancée en 2001 par les Américains Jimmy Wales et Larry Sanger. Depuis 2007, le nombre de contributeurs n'a cessé de diminuer. Pour la version anglophone, il est passé de 50 000 à 30 000. Une tendance générale que confirme Frédéric Schutz, porte-parole de l'association Wikimedia Suisse. «Il est difficile d'avoir des chiffres précis car n'importe qui peut se créer un compte et contribuer anonymement. En Suisse, le nombre de contributeurs réguliers est d'environ 2000, mais nous n'avons pas d'information historique les concernant.»

En cause: le système bureaucratique de la plate-forme collaborative, jugé trop contraignant. Les nouveaux arrivants sont confrontés à une longue liste de règles édictées par les administrateurs bénévoles du site, suscitant disputes et frustrations. Citée dans l'étude américaine, Sue Gardner, directrice de la Fondation Wikimedia qui anime le site, est consciente du dysfonctionnement: «Wikipédia était parfaitement adapté au monde de 2001, lors de son lancement, mais est devenu de plus en plus obsolète.»

Martin Grandjean, doctorant en histoire à l'Université de Lausanne et actif sur l'encyclopédie en ligne, reconnaît que «la communauté des contributeurs se tire parfois dans les pattes». «Le système peut être comparé à un jeu en ligne où chacun incarne un personnage. Les gens se disputent l'édition de tel ou tel sujet, ce qui est bénéfique en termes de qualité, mais pas forcément engageant pour le nouvel arrivant.» Par exemple: «Comment référencer les Alpes du côté des Diablerets: Alpes bernoises, comme le nom de la chaîne de montagne où elles se situent, ou Alpes vaudoises, comme la majorité des gens les appellent?»

Autre faiblesse du site: le système de rédaction d'un article est très compliqué et exige des connaissances informatiques pointues. Afin d'y remédier, la Fondation Wikimedia s'efforce de simplifier le traitement de texte au maximum avec un outil d'édition plus adapté aux novices. «Il est installé petit à petit sur toutes les versions de Wikipédia depuis septembre dernier», précise Frédéric Schutz.

La priorité numéro un de la Fondation Wikimedia, poursuit le porte-parole, est de rechercher de nouveaux contributeurs tout en gardant les anciens. Le problème majeur reste leur manque de diversité. Car le profil type des collaborateurs les plus

actifs de l'encyclopédie en ligne est majoritairement masculin, originaire d'Europe et d'Amérique du Nord, de formation scientifique ou informatique. «Les sciences dures sont mieux traitées que les sciences sociales, et la science-fiction est plus développée que la littérature classique», reconnaît Frédéric Schutz. Les contributeurs sont aussi moins nombreux qu'au lancement du site, en 2001, car beaucoup de matière a déjà été couverte. «Aujourd'hui, il faut avoir une connaissance approfondie dans un domaine, car tous les sujets faciles ont déjà été traités.»

## «La communauté des contributeurs se tire parfois dans les pattes»

Martin Grandjean, doctorant en histoire à l'Université de Lausanne

Plutôt que de parler du déclin de Wikipédia, Sami Coll, sociologue genevois des nouvelles technologies, préfère le terme de «désenchantement»: «Si l'engouement pour un projet utopique de production et d'accès à la connaissance par tous et pour tous s'est amoindri, c'est sans doute face au constat que la plate-forme aura fini par se heurter aux mêmes limites que d'autres infrastructures de production de connaissance plus classiques. De plus, la complexité de l'interface d'édition des articles peut rebuter.» Mais l'avenir de la plateforme participative n'a pas encore atteint ses limites. Preuve que Wikipédia a encore un bel avenir devant lui: la fréquentation du site est en constante augmentation ces dernières années, avec 500 millions de visiteurs uniques par mois.

Rebecca Mosimann

## L'utiliser à bon escient

● **Eclairage** Wikipédia est toujours très bien référencé dans Google lorsqu'on cherche une information sur internet. Basés sur la connaissance commune des contributeurs, les articles restent perfectibles. «Les textes doivent être «sourcés». La qualité d'une page est proportionnelle à son intérêt. Plus elle est longue, plus elle a bénéficié de contributeurs différents et plus elle a de chances d'être de qualité, explique Frédéric Schutz, porte-parole de l'association Wikimedia Suisse. Il est important de ne rien prendre pour argent comptant, de voir d'où vient l'information et de consulter l'origine des sources citées de l'article. C'est un excellent outil pour démarrer une recherche.» Il permet de confirmer des informations rapidement en gardant un esprit critique.

## La mémoire des Balkans prise dans la pierre

### Photographie

A Genève, une exposition inouïe réunit des clichés d'édifices commémoratifs de l'ex-Yugoslavie. Autant de monuments qui en disent parfois plus que leur affectation initiale

Alignés en rang dans la même direction, les panneaux de bois exposés au pavillon Sicli, dans l'ancienne fabrique d'extincteurs en passe d'être recyclée en lieu culturel, prennent eux-mêmes l'allure d'un monument photographique. Chaque panneau accueille un cliché – l'exposition en compte 45 au total – d'un édifice ou d'un lieu de

mémoire représentatif des Balkans.

Depuis 2004, le photographe allemand Marko Kroja documente l'espace yougoslave en capturant des mémoires datant des années 1920 à nos jours. L'exposition «Monument», qui a été montrée douze fois dans les Balkans, mais aussi en Allemagne et en Angleterre, décrypte la manière dont s'y construit le processus d'investissement identitaire.

De nombreuses constructions étonnent par leur démesure. Mais l'intérêt est avant tout de découvrir comment certains de ces mémoriaux sont investis puis désinvestis, parfois réinvestis d'un sens nouveau, selon l'époque.

En 1989, devant le monument de 1389, érigé en 1953 (Gazimestan, Kosovo), Slobodan Milošević tint pour les 600 ans de l'événement un discours qui fut l'un des points de départ de la mouvance nationaliste.

«Il allait alors fonder l'identité serbe sur une position victimisante en développant l'idée que le temps de la revanche était arrivé. Ils s'agissait tout simplement d'une récupération», explique Sylvie Ramel, de l'Atelier interdisciplinaire de recherche de l'Université de Genève, à l'origine de la venue de l'exposition au Pavillon Sicli.

D'autres réalisations, notamment de l'époque socialiste, ont

été oubliées, parfois «mises sous le tapis» ou pillées. Les images de monuments récents mettent en avant un phénomène nouveau, celui de la «Turbo sculpture», qui fait sortir de terre, un peu partout, des personnalités comme Bob Marley ou Rocky.

«L'idée est de s'extraire de cette lourdeur nationaliste, de figurer des symboles positifs, mais cela révèle certainement une impossibilité de discuter de ce qui fonde aujourd'hui une identité commune.» Anna Vaucher

Genève, Pavillon Sicli

Jusqu'au 9 février

Lu-ve 15 h-19 h, sa et di 11 h-18 h

Entrée libre

## Repéré pour vous

## Une appli indispensable

En matière de technologies de l'information et de la communication (TIC), les enfants en connaissent souvent davantage que leurs géniteurs. Or «l'éducation numérique est aussi l'affaire des parents», rappelle Action Innocence. Pour prévenir les dérives liées à la vie connectée, l'ONG lance une application fort bien faite. L'adulte peut dresser sur son smartphone le «cyberprofil» de la famille. Une fois les membres de la tribu, pièces de l'appareillement et appareils listés, le programme calcule le niveau de protection des enfants. En cliquant



sur les différents espaces de vie, l'utilisateur découvre des solutions pour installer des contrôles parentaux adaptés. Pour les ordinateurs, tablettes et télévision, des vidéos détaillent la marche à suivre pour chaque système d'exploitation. Très conviviale, l'appli fournit aussi des conseils en fonction de l'âge de la progéniture. Fort utile pour tout parent branché. **Caroline Rieder**

diagnostic TIC

Sur AppStore et Google Play (gratuit)

Infos pour les parents sur

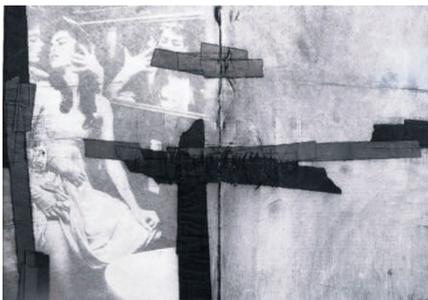
www.filtra.info

## Christian Jelk laisse parler ses suaires à la Galerie d'(A)

### Beaux-arts

L'énergique président de Visarte Vaud se fait rare en galerie. Une raison de plus de se proposer pour voir son exposition lausannoise

Ombres dans la pénombre d'une grisaille, les *Fraüllein* exposées par Christian Jelk à la Galerie d'(A), à Lausanne, traversent les transparences. Silhouettes sensuelles, elles sont là sans l'être, actrices de leur propre destin comme du nôtre. On les devine empreintes universelles de l'humanité en même temps que traces laissées par le temps sur un suaire. Tout dans l'œuvre du Vaudois – le discours



Pour sa série des *Fraüllein*, Christian Jelk s'est servi du linceul d'Ellen von Unwerth comme d'une matrice. GALERIE D'(A)

comme sa technique de superposition – conforte ce pressentiment. Derrière la femme, il y a la mère. Et derrière la mère, il y a la genèse. Christian Jelk pousse la métaphore encore plus loin: à travers ses *Fraüllein*, c'est le ventre de la pensée qu'il sonde là où elle se forge. Plurielle. Existentielle. Poétique.

L'accrochage qu'il a dessiné s'appuie sur cette même dynamique progressive. La rencontre se fait d'abord avec l'œuvre dans une salle épurée avant que le temps de la création ne se laisse amadouer dans une ambiance féconde où son travail se construit par strates, sur l'existant ou sur des pages déjà imprimées. Ses

*Fraüllein* surgissent ainsi en clones des féminités photographiées par Ellen von Unwerth. L'artiste ose même parler de «profanation» lorsqu'il se sert de l'ouvrage de cette dernière comme d'une matrice. Et pourtant, avant d'entrer les pages et de les graver, il n'use que d'une arme: des bandes de scotch. Collées et superposées, ce sont elles qui déjouent le rythme originel et déchirent la superficialité. Ce sont elles qui ouvrent un chemin vers la connaissance...

Florence Milliodet Henriques

Lausanne, Galerie d'(A)

Jusqu'au 8 février

Rens: 021 31 35 01

www.galerie-d-a.com

## C'est arrivé hier...

### Cully Jazz sans Macy Gray

**Festival** Lors de la prochaine édition du Cully Jazz (du ve 4 au sa 12 avril), la chanteuse funk-soul Macy Gray devait s'allier, le 8 avril, au saxophoniste David Murray pour une soirée d'anthologie. Elle ne pourra finalement pas venir à Cully, mais le projet n'est pas enterré pour autant puisque le salueur Saul Williams la remplace au pied levé ([www.cullyjazz.ch](http://www.cullyjazz.ch)). **B.S.**

### Victoires classiques

**Musique** La soprano Julie Fuchs et le violoniste Nemanja Radulovic ont remporté lundi soir les Victoires de la musique classique dans les catégories Artiste lyrique et Soliste instrumental. L'accordéoniste Richard Galliano a reçu le Prix de composition pour Fables of Tuba. **AFP**